



**HUBUNGAN PEMANFAATAN MAJALAH “INFO BCA” DENGAN
PEMUASAN KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN BCA KCU SERPONG**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh :

Yenny Sartika Suluh

44211120080

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : HUBUNGAN PEMANFAATAN MAJALAH INFOBCA
DENGAN PEMUASAN KEBUTUHAN INFORMASI
KARYAWAN BCA KCU SERPONG

Nama : Yenny Sartika Suluh

Nim : 44211120080

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 25 September 2015

Mengetahui,

Pembimbing



(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : HUBUNGAN PEMANFAATAN MAJALAH INFOBCA
DENGAN PEMUASAN KEBUTUHAN INFORMASI
KARYAWAN BCA KCU SERPONG

Nama : Yenny Sartika Suluh

NIM : 44211120080

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 27 Oktober 2015

Ketua Sidang,

A.Rahman, M.Si



(.....)

Penguji Ahli,

Dr. Ahmad Mulyana, M.Si



(.....)

Pembimbing I,

Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : HUBUNGAN PEMANFAATAN MAJALAH
INFOBCA DENGAN PEMUASAN KEBUTUHAN
INFORMASI KARYAWAN BCA KCU SERPONG

Nama : Yenny Sartika Suluh

NIM : 44211120080

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 07 November 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations



(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si)



(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

KATA PENGANTAR

Rasa syukur yang dalam penulis sampaikan ke hadiran Tuhan Yang Maha Kuasa, karena berkat kemurahan-Nya skripsi ini dapat penulis selesaikan sesuai dengan yang diharapkan. Dalam skripsi ini penulis membahas permasalahan dengan judul “HUBUNGAN PEMANFAATAN MAJALAH INFOBCA DENGAN PEMUASAN KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN BCA KCU SERPONG”.

Skripsi ini dibuat dalam rangka mencari tahu akan ada tidaknya hubungan pemanfaatan majalah “InfoBCA” terhadap pemuasan kebutuhan informasi khususnya pada karyawan di BCA KCU Serpong. Penulis tertarik meneliti permasalahan ini agar mendapat jawaban dalam skala nominal atau *score* dari koresponden sehingga mendapatkan hasil apa adanya tanpa dimanipulasi baik demi nama baik perusahaan atau demi kelulusan penulis.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini.

1. Bapak J. Tri Atmodjo, S.Sos. M.Si yang tidak lelah memberikan saran dan motivasi untuk penyelesaian skripsi ini, baik juga bimbingan dalam pembelajaran hidup selama menjadi dosen pembimbing.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair M.Si selaku Dekan Fakultas Komunikasi.
3. Bapak A. Rahman M.Si selaku ketua sidang.
4. Bapak Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku penguji ahli.

5. Almarhum ayahanda tercinta, Lukas Suluh dan Ibunda, Suciari yang telah berhasil membuat penulis mau melanjutkan pendidikan untuk menjadi Sarjana.
6. Suami, Nyoman serta kedua ananda tercinta, Hugo dan Kean, yang mendukung penulis menyelesaikan skripsi untuk mencapai pendidikan S1 ini.

Semoga Allah Yang Maha Kuasa memberikan balasan atas kebaikan yang tidak terhitung kepada mereka semua. Amin.

Akhirnya, skripsi ini selain telah membantu penulis dalam mengungkapkan ada tidaknya hubungan pemanfaatan majalah InfoBCA dengan pemuasan kebutuhan informasi pada karyawan BCA KCU Serpong; juga membantu penulis mendapatkan pemikiran-pemikiran tentang majalah InfoBCA yang sebelumnya tidak terpikirkan oleh penulis. Semoga skripsi ini pun dapat bermanfaat bagi semua pihak dalam menambah wawasan para pembaca sekalian.



Jakarta, 10 Oktober 2015

Yenny Sartika Suluh

Daftar Isi

Lembar Persetujuan Skripsi	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi	iv
Abstrak	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1. Manfaat Akademis	5
1.4.2. Manfaat Pratis	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Komunikasi	7
2.1.1. Pengertian Komunikasi	7
2.1.2. Fungsi Komunikasi	10
2.1.3. Organisasi	13
2.1.4. Komunikasi Organisasi	13
2.1.4.1 Pengertian Komunikasi Organisasi	13
2.1.4.2 Fungsi Komunikasi Organisasi	14
2.2. Public Relations	14
2.2.1. Tujuan dan Fungsi Public Relations	15
2.2.2. Peran Public Relations	16
2.2.3. Khalayak Public Relations	17
2.2.3.1 Khalayak Internal	18
2.3. Media Public Relations	18
2.3.1. Media Massa	19
2.3.1.1 Model Media Massa	20
2.3.2. Media Internal	24

2.3.2.1 Pengertian Media Internal.....	24
2.3.2.2 Fungsi Media Internal	25
2.3.2.3 Bentuk Media Internal	26
2.4. Majalah	26
2.4.1. Pengertian Majalah.....	26
2.4. Klasifikasi Majalah	27
2.4.3. Fungsi Majalah	28
2.5. Kebutuhan dan Kepuasan	29
2.5.1. Teori Kebutuhan	29
2.5.2. Teori Uses and Gratification.....	30
2.5.2.1 Sejarah Uses and Gratification.....	30
2.5.2.2 Pengertian Teori Uses and Gratification.....	30
2.6. Hipotesis	32
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Tipe Penelitian.....	33
3.2. Metode Penelitian	31
3.3. Populasi dan Sampel.....	32
3.4. Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	35
3.4.1. Definisi Konsep.....	35
3.4.2. Operasionalisasi Konsep.....	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1. Data Primer	42
3.5.2. Data Sekunder.....	43
3.6. Teknik Analisa Data	43
3.6.1. Skala Likert.....	43
3.6.2. Analisa Regresi Linear Sederhan	44
3.6.3. Uji Validitas	45
3.6.4. Uji Reliabilitas	49
3.6.5. Hipotesis Penelitian	52
3.6.5.1 Jenis-jenis Pengujian Hipotesis	52

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1. Sejarah PT Bank Central Asia Tbk.....	55
4.1.2. Visi, Misi dan Tata Nilai PT Bank Central Asia Tbk.....	58
4.1.2.1 Visi PT Bank Central Asia Tbk.....	58
4.1.2.2 Misi PT Bank Central Asia Tbk	58
4.1.2.3 Tata Nilai PT Bank Central Asia Tbk.....	58
4.1.3. Logo PT Bank Central Asia Tbk.....	59
4.1.4. Komitmen PT Bank Central Asia Tbk.....	59
4.1.5. Struktur PT Bank Central Asia Tbk.....	60
4.2. Hasil Penelitian.....	62
4.2.1. Karakteristik Respon.....	62
4.2.1.1 Jenis Kelamin	62
4.2.1.2 Lama Bekerja.....	63
4.2.1.3 Intensitas Membaca di Waktu Luang.....	64
4.2.1.4 Frekuensi Membaca InfoBCA dalam Sebulan	65
4.2.1.5 Mendapatkan Majalah InfoBCA	66
4.2.1.6 Informasi yang dicari dalam InfoBCA.....	67
4.2.1.7 Informasi yang ingin ditambahkan dalam InfoBCA.....	68
4.2.1.8 Rubrik yang Menarik dalam InfoBCA.....	69
4.2.1.9 Informasi tentang Kebijakan BCA.....	70
4.2.1.10 Informasi tentang Aktivitas BCA.....	71
4.2.1.11 Pencerminan Visi, Misi dan Nilai-nilai BCA.....	72
4.2.1.12 Informasi tentang Produk-produk Perusahaan	73
4.2.1.13 Informasi tentang Fasilitas karyawan	74
4.2.1.14 Cover Majalah InfoBCA Menarik.....	75
4.2.1.15 Foto-foto Majalah InfoBCA Menarik.....	76
4.2.1.16 Design Majalah InfoBCA Bagus.....	77
4.2.1.17 Gaya Penulisan Majalah InfoBCA Baik dan Benar.....	78
4.2.1.18 Judul Majalah InfoBCA Sesuai Isi Berita.....	79
4.2.1.19 Kalimat Pembuka Majalah InfoBCA Menarik.....	80

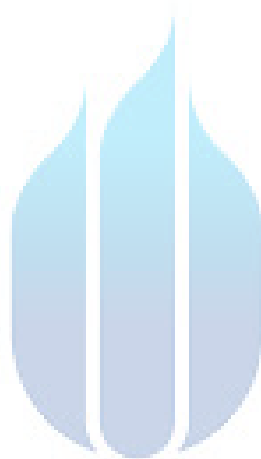
4.2.1.20	Format Penulisan Majalah InfoBCA sesuai Format Jurnalistik.....	81
4.2.1.21	Narasumber Majalah InfoBCA Jelas dan Kompeten.....	82
4.2.1.22	Sebagai Media yang Mewakili Perusahaan.....	83
4.2.1.23	Majalah InfoBCA Diterima Tepat Waktu	84
4.2.1.24	Bahasa dan Istilah pada Majalah InfoBCA Mudah Dimengerti.....	85
4.2.1.25	Bahasa dan Istilah pada Majalah InfoBCA Mudah Dipahami	86
4.2.1.26	Majalah InfoBCA Mengurangi Ketegangan.....	87
4.2.1.27	Majalah InfoBCA Meningkatkan Kepercayaan Diri	88
4.2.1.28	Informasi tentang Teman atau Kerabat di Cabang Lain	89
4.2.1.29	Informasi untuk Pengembangan Diri	90
4.2.1.30	Memberi Pemahaman Cara Melayani Pelanggan	91
4.2.1.31	InfoBCA tentang Perusahaan.....	92
4.2.1.32	Informasi tentang Kegiatan Sosial.....	93
4.2.1.33	Bangga sebagai Karyawan BCA.....	94
4.2.1.34	Ruang Tanggapan.....	95
4.2.1.35	Perkembangan BCA.....	96
4.2.1.36	Majalah InfoBCA Menghibur.....	97
4.2.1.37	Majalah InfoBCA Kurang Menghibur.....	98
4.2.1.38	Informasi tentang Kepercayaan Masyarakat	99
4.2.1.39	Majalah InfoBCA untuk Pelanggan.....	100
4.2.1.40	Kredibilitas BCA di Mata Masyarakat	101
4.2.1.41	Ketegangan dalam Bekerja.....	102
4.2.1.42	Aturan Baru Perusahaan	103
4.2.1.43	Produk Baru.....	104
4.2.1.44	Kisah Sukses Pemimpin.....	105
4.2.1.45	Bahasa InfoBCA.....	106
4.2.1.46	Kemasan Menarik	107
4.2.1.47	Trik Bekerja.....	108
4.2.1.48	Informasi tentang SDM.....	109
4.2.2.	Hasil Keseluruhan.....	110
4.3.	Pembahasan	112

BAB V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	118
5.2. Pembahasan	119

LAMPIRAN – LAMPIRAN:

Kuesioner	iv
Daftar Pustaka	v
Curriculum Vitae.....	vi



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Daftar Tabel

Tabel 2.2 Jenis Media <i>Public Relations</i>	21
Tabel 3.1. Operasionalisasi Konsep	37
Tabel 3.6.3.1 Uji Validitas Variabel X (Pemanfaatan)	47
Tabel 3.6.3.2 Uji Validitas Variabel Y (Pemuasan).....	48
Tabel 3.6.4.1 Uji Reliabilitas Variabel X (Pemanfaatan)	50
Tabel 3.6.4.2 Uji Validitas Variabel Y (Pemuasan).....	50
Tabel 3.6.4.3 Tabel Guilford	52
Tabel 4.1. Sejarah BCA	55
Tabel 4.2. Sejarah Kantor Cabang Utama Serpong.....	57
Struktur 4.1. Struktur BCA	60
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2. Lama Bekerja	63
Tabel 4.3 Intensitas Membaca di Waktu Luang	64
Tabel 4.4 Frekuensi Membaca InfoBCA dalam Sebulan.....	65
Tabel 4.5 Mendapatkan Majalah InfoBCA.....	66
Tabel 4.6 Informasi yang dicari dalam InfoBCA	67
Tabel 4.7 Informasi yang ingin ditambahkan dalam InfoBCA.....	68
Tabel 4.8 Rubrik yang Menarik dalam InfoBCA	69
Tabel 4.9 Informasi Tentang Kebijakan BCA	70

Tabel 4.10 Informasi tentang Aktivitas BCA	71
Tabel 4.11 Pencerminan Visi, Misi dan Nilai-nilai BCA	72
Tabel 4.12 Informasi tentang Produk-produk Perusahaan	73
Tabel 4.13 Informasi tentang Fasilitas Karyawan	74
Tabel 4.14 Cover Majalah InfoBCA Menarik	75
Tabel 4.15 Foto-foto Majalah InfoBCA Menarik.....	76
Tabel 4.16 Design Majalah InfoBCA Bagus	77
Tabel 4.17 Gaya Penulisan Majalah InfoBCA Baik dan Benar	78
Tabel 4.18 Judul Majalah InfoBCA Sesuai Isi Berita.....	79
Tabel 4.19 Kalimat Pembuka Majalah InfoBCA Menarik	80
Tabel 4.20 Format Penulisan Majalah InfoBCA sesuai Format Jurnalistik	81
Tabel 4.21 Narasumber Majalah InfoBCA jelas dan kompeten.....	82
Tabel 4.22 Sebagai Media yang Mewakili Perusahaan.....	83
Tabel 4.23 Majalah InfoBCA Diterima Tepat Waktu.....	84
Tabel 4.24 Bahasa dan Istilah pada Majalah InfoBCA Mudah Dimengerti	85
Tabel 4.25 Bahasa dan Istilah pada Majalah InfoBCA Mudah Dipahami.....	86
Tabel 4.26 Majalah InfoBCA Mengurangi Ketegangan	87
Tabel 4.27 Majalah InfoBCA Meningkatkan Kepercayaan Diri.....	88
Tabel 4.28 Informasi tentang Teman atau Kerabat di Cabang Lain.....	89
Tabel 4.29 Informasi untuk Pengembangan Diri.....	90
Tabel 4.30 Memberi Pemahaman Cara Melayani Pelanggan	91
Tabel 4.31 InfoBCA Tentang Perusahaan	92
Tabel 4.32 Informasi tentang Kegiatan Sosial.....	93

Tabel 4.33 Bangga sebagai Karyawan BCA.....	94
Tabel 4.34 Ruang Tangapan	95
Tabel 4.35 Perkembangan BCA	96
Tabel 4.36 Majalah InfoBCA Menghibur.....	97
Tabel 4.37 Majalah InfoBCA Kurang Menghibur	98
Tabel 4.38 Informasi tentang Kepercayaan Masyarakat.....	99
Tabel 4.39 Majalah InfoBCA untuk Pelanggan.....	100
Tabel 4.40 Kredibilitas BCA di Mata Masyarakat	101
Tabel 4.41 Ketegangan dalam Bekerja.....	102
Tabel 4.42Aturan Baru Perusahaan	103
Tabel 4.43Produk Baru.....	104
Tabel 4.44Kisah Sukses Pemimpin	105
Tabel 4.45Bahasa InfoBCA	106
Tabel 4.46Kemasan Menarik	107
Tabel 4.47Trik Bekerja.....	108
Tabel 4.48Informasi tentang SDM.....	109
Tabel 4.2.2Tabel hasil Korelasi Pearson.....	110
Tabel 4.2.3Tabel hasil Korelasi Spearman's rho.....	111
Tabel 4.3.1Tabel Guilford	113