



EFEKTIVITAS MEDIA INTRANET DALAM  
MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN  
PT. ANTA TOUR & TRAVEL SERVICES Tbk.

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S1) Ilmu  
Komunikasi

Disusun Oleh:

Gina Dwi Purwanti

44207120019

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2012



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI**

Nama : Gina Dwi Purwanti  
NIM : 44207120019  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : EFEKTIVITAS MEDIA INTRANET DALAM  
MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN  
PT.ANTA TOUR & TRAVEL SERVICES

Jakarta, 11 Agustus 2012

Mengetahui

Pembimbing

(A. Rahman M.Si.)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Nama : Gina Dwi Purwanti  
NIM : 44207120019  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : EFEKTIVITAS MEDIA INTRANET DALAM  
MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN  
PT.ANTA TOUR & TRAVEL SERVICES

Jakarta, 11 Agustus 2012

Mengetahui

1. Ketua Sidang

Nama : Afdal Makkuraga Putra , M.Si.

  
(.....)

2. Penguji Ahli

Nama : Marwan Mahmudi, M.Si.

  
(.....)

3. Pembimbing

Nama : A. Rahman M.Si.

  
(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Nama : Gina Dwi Purwanti  
NIM : 44207120019  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Public Relations  
Judul Skripsi : EFEKTIVITAS MEDIA INTRANET DALAM  
MEMENUHI KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN  
PT.ANTA TOUR & TRAVEL SERVICES

Jakarta, 11 Agustus 2012

Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing

(A. Rahman, M.Si.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Program Studi Public Relations

(Juwono Tri Atmojo, M.Si.)

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Maha Suci Allah yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi / penelitian yang berjudul “Efektivitas Media Intranet dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Karyawan PT.Anta Tour & Travel Services”.

Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam menyelesaikan masa studi bagi mahasiswa/i fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam proses penyusunan dan penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari peran serta dukungan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan menyampaikan penghargaan sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. A.Rachman M.si. selaku pembimbing skripsi, terima kasih untuk waktu dan perhatiannya kepada penulis.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Drs. Hardiyanto Jatmiko, M.si., selaku Wakil Dekan FIKOM UMB.
4. Bapak J. Tri Atmojo S.Sos.,M.Si., selaku Kepala Program Studi Public Relation, FIKOM - UMB, terima kasih atas bimbingannya selama masa kuliah penulis.
5. Bapak Afdal Makkuraga Putra, M.Si., selaku Ketua Sidang.
6. Bapak Marwan Mahmudi, M.Si., selaku penguji ahli.

7. Dosen-dosen Public Relations Universitas Mercubuana Kampus meruya yang sering dimintai pendapatnya, dan membantu penulis memahami ilmu Komunikasi.
8. Moms dan Alm Papi, selaku orang tua penulis, yang tiada henti memberikan doa, cinta dan kasih sayangnya,” *I’m proud to be your daughter*”. Keluarga kecilku.. mas Rio dan my lil bro Aditya, bapak, Alm Ibu, Aunty Wince, Mas Santo, Tia “mbul” thanks all untuk segala bentuk supportnya, *i can’t be what i am now without you all*.
9. You “My Sweetheart”. Thanks for the attentions, supports, kind understanding, and your big patient to always be with me through this proceed.
10. The Muskeets “D’boy n B’boy”, terima kasih untuk supportnya yang luar biasa, untuk waktu – waktu yang sudah diluangkan dan pendapatnya, yang juga selalu siap menampung *every tear drops. It’s a gift to have you guys in my life*.
11. Rekan – Rekan PR. Angkatan XII, FIKOM UMB Meruya, teman seperjuangan, terima kasih untuk kenangannya selama masa kuliah, segala haru, tawa canda kalian pasti *sometime* ngangenin banget.
12. Dan tanpa mengurangi rasa hormat, semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca seta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri.

Terima Kasih sekali lagi atas semua bimbingan dan dorongan serta kemurahan hati dari semua pihak, semoga mendapat anugerah dari Allah SWT.

Jakarta, 11 Agustus 2012

Gina Dwi Purwanti

## DAFTAR ISI

|                                                |            |
|------------------------------------------------|------------|
| <b>JUDUL .....</b>                             | <b>i</b>   |
| <b>ABSTRAKSI .....</b>                         | <b>ii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                    | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                        | <b>vi</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                      | <b>ix</b>  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                  | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                       | 1          |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                    | 9          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                    | 9          |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                   | 10         |
| 1.4.1 Kegunaan Akademis.....                   | 10         |
| 1.4.2 Kegunaan Praktis.....                    | 10         |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>            | <b>11</b>  |
| 2.1 Komunikasi .....                           | 11         |
| 2.1.1 Pengertian Komunikasi .....              | 11         |
| 2.1.2 Fungsi Komunikasi .....                  | 13         |
| 2.1.3 Efektivitas Komunikasi .....             | 14         |
| 2.2 Komunikasi Organisasi .....                | 18         |
| 2.2.1 Pengertian Komunikasi Organisasi .....   | 18         |
| 2.2.2 Fungsi Komunikasi dalam Organisasi ..... | 20         |
| 2.3 Komunikasi Internal .....                  | 22         |
| 2.3.1 Bentuk Komunikasi Internal .....         | 23         |
| 2.3.2 Jenis – Jenis Komunikasi Internal .....  | 25         |

|                                                              |           |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.3 Media Komunikasi Internal .....                        | 27        |
| 2.4 Public Relation .....                                    | 30        |
| 2.4.1 Pengertian Public Relations .....                      | 30        |
| 2.4.2 Fungsi, Tugas dan Peran Public Relations .....         | 32        |
| 2.4.3 E Public Relations .....                               | 35        |
| 2.5 Medium ( <i>Channel</i> ) .....                          | 36        |
| 2.5.1 Media Baru .....                                       | 37        |
| 2.5.2 Media <i>Online</i> .....                              | 37        |
| 2.6 Intranet .....                                           | 39        |
| 2.6.1 Definisi Intranet .....                                | 39        |
| 2.6.2 Keunggulan Organisasi dalam Menggunakan Intranet ..... | 39        |
| <b>BAB III METODELOGI PENELITIAN .....</b>                   | <b>41</b> |
| 3.1 Tipe / Sifat Penelitian .....                            | 41        |
| 3.2 Metode Penelitian .....                                  | 41        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                                | 42        |
| 3.3.1 Populasi .....                                         | 42        |
| 3.3.2 Sampel .....                                           | 43        |
| 3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....                          | 45        |
| 3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep .....               | 47        |
| 3.4.1 Definisi Konsep .....                                  | 47        |
| 3.4.2 Operasionalisasi Konsep .....                          | 49        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data .....                            | 51        |
| 3.5.1 Data Primer .....                                      | 51        |
| 3.5.2 Data Sekunder .....                                    | 52        |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                               | 52        |

|                                                                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.6.1 Batas Bawah dan Batas Atas .....                                                                                | 53         |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                                                    | <b>55</b>  |
| 4.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian .....                                                                             | 55         |
| 4.1.1 Profile PT. Anta Tour & Travel Services .....                                                                   | 55         |
| 4.1.2 Visi PT. Anta Tour & Travel Services .....                                                                      | 58         |
| 4.1.3 Misi PT. Anta Tour & Travel Services .....                                                                      | 58         |
| 4.1.4 Produk Perusahaan .....                                                                                         | 59         |
| 4.1.5 Anak Perusahaan .....                                                                                           | 59         |
| 4.1.5 Struktur Organisasi .....                                                                                       | 61         |
| 4.2 Hasil Penelitian .....                                                                                            | 62         |
| 4.2.1 Identitas Responden .....                                                                                       | 62         |
| 4.2.2 Efektivitas Media Intranet PT. Anta Tour & Travel Services dalam<br>memenuhi kebutuhan Informasi Karyawan ..... | 66         |
| 4.2.3 Total Jawaban Responden .....                                                                                   | 92         |
| 4.3 Pembahasan .....                                                                                                  | 94         |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>                                                                               | <b>102</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....                                                                                                  | 102        |
| 5.2 Saran .....                                                                                                       | 103        |
| 5.2.1 Saran Akademis .....                                                                                            | 103        |
| 5.2.2 Saran Praktis .....                                                                                             | 103        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                                                                                                 |            |
| <b>LAMPIRAN</b>                                                                                                       |            |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. Jenis Kelamin Responden .....                                                                          | 62 |
| 2. Usia Responden .....                                                                                   | 62 |
| 3. Pendidikan terakhir Responden .....                                                                    | 63 |
| 4. Lama Bekerja Responden .....                                                                           | 63 |
| 5. Status Bekerja .....                                                                                   | 64 |
| 6. Frekuensi akses portal intranet dalam satu hari .....                                                  | 64 |
| 7. Jenis Informasi yang diakses pada portal Intranet .....                                                | 65 |
| 8. Jenis informasi produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan yang diterima mencukupi.....           | 66 |
| 9. Jumlah informasi yang dibutuhkan terpenuhi .....                                                       | 68 |
| 10. Kualitas informasi Produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan yang diterima jelas .....          | 69 |
| 11. Kualitas informasi Produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan yang diterima mudah dipahami ..... | 70 |
| 12. Kualitas informasi Produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan yang diterima lengkap .....        | 71 |
| 13. Informasi lain (bukan produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan) sesuai dengan kebutuhan .....  | 72 |
| 14. Jumlah informasi produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan sudah sesuai kebutuhan.....          | 73 |
| 15. Membagikan informasi .....                                                                            | 74 |
| 16. Informasi produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan yang diterima dari manager .....            | 75 |
| 17. Informasi produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan yang diterima dari supervisor .....         | 76 |
| 18. Informasi produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan yang diterima dari rekan sejawat .....      | 77 |
| 19. Informasi yang diterima dari intranet tepat waktu .....                                               | 78 |
| 20. Informasi yang diterima <i>up todate</i> .....                                                        | 79 |
| 21. Dibanding dengan format text .....                                                                    | 80 |
| 22. Dibanding dengan format Audio .....                                                                   | 81 |
| 23. Dibanding dengan format AVI atau Video .....                                                          | 82 |
| 24. Dibanding dengan format Animasi .....                                                                 | 83 |
| 25. Informasi lebih sering dari brosur .....                                                              | 84 |
| 26. Informasi lebih sering diterima dari spanduk/banner .....                                             | 85 |
| 27. Informasi lebih sering diterima secara Lisan .....                                                    | 86 |
| 28. Mengamati perkembangan informasi-informasi terupdate di Intranet .....                                | 87 |
| 29. Tanggapan atas keluhan dan saran melalui Intranet ditanggapi .....                                    | 88 |

|     |                                                                                                     |     |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 30. | Tanggapan atas keluhan dan saran tidak ditanggapi .....                                             | 89  |
| 31. | Informasi yang dibutuhkan tersedia .....                                                            | 90  |
| 32. | Informasi tidak sesuai kebutuhan .....                                                              | 91  |
| 33. | Total jawaban Responden .....                                                                       | 92  |
| 34. | Tabulasi Identitas Responden .....                                                                  | 95  |
| 35. | Kecenderungan dimensi jumlah dan kualitas informasi yang diterima dan dibutuhkan karyawan .....     | 97  |
| 36. | Kecenderungan dimensi jumlah informasi yang dikirim dan harus dikirim kepada orang lain .....       | 97  |
| 37. | Kecenderungan dimensi tindak lanjut yang dilakukan karyawan .....                                   | 98  |
| 38. | Kecenderungan dimensi yang diterima dari sumber – sumber lainnya .....                              | 98  |
| 39. | Kecenderungan dimensi ketepatan informasi.....                                                      | 99  |
| 40. | Kecenderungan media komunikasi yang digunakan dibanding media lain                                  | 99  |
| 41. | Kecenderungan dimensi kualitas hubungan komunikasi .....                                            | 100 |
| 42. | Kecenderungan dimensi kepuasan atas informasi produk, kepegawaian dan perkembangan perusahaan ..... | 100 |
| 43. | Rekapitulasi rata – rata kedelapan dimensi efektivitas .....                                        | 101 |