



**EFEKTIVITAS “BNI FORUM” SEBAGAI MEDIA INTERNAL
DALAM PENYAMPAIAN INFORMASI KEPADA KARYAWAN
PT. BNI Persero Tbk**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Jenjang Pendidikan Strata-1 (S1) Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh :

**Kurnilia Sesfi
44208110068**

**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Kurnilia Sesfi
NIM : 44208110068
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Public Relations
Judul : Efektivitas BNI Forum sebagai Media Internal dalam
Penyampaian Informasi Kepada Karyawan
PT. BNI Persero, Tbk

Jakarta, November 2010

Mengetahui,

Pembimbing

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

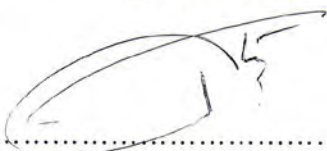
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Kurnilia Sesfi
NIM : 44208110068
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Public Relations
Judul : Efektivitas “ BNI Forum” Sebagai Media Internal Dalam
Penyampaian Informasi Kepada karyawan PT. BNI Persero Tbk

Jakarta, November 2010

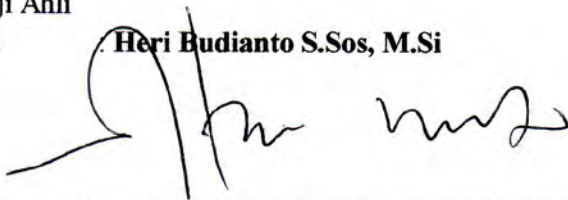
1. Ketua Sidang

Nama : **Dr. Farid Hamid M.Si**

()

2. Penguji Ahli

Nama : **Heri Budianto S.Sos, M.Si**

()

3. Pembimbing

Nama : **Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si**

()



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

Nama : Kurnilia Sesfi
NIM : 44208110068
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Public Relations
Judul : Efektivitas “ BNI Forum” Sebagai Media Internal Dalam
Penyampaian Informasi Kepada karyawan PT. BNI Persero Tbk

Jakarta, November 2010

Di setujui dan diterima oleh :

Pembimbing

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

Mengetahui,

Dekan Fikom

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

2010

ABSTRAKSI

Kurnilia Sesfi (44208110068)

Efektivitas “BNI Forum” sebagai Media Internal dalam Penyampaian Informasi kepada Karyawan PT. BNI Persero Tbk

xv lampiran + 100 halaman

Media internal merupakan media yang digunakan oleh seorang public relation untuk memberikan informasi kepada khalayak internalnya, guna mendukung visi dan misi perusahaan. Salah satu media internal yang digunakan oleh public relation adalah media intranet yaitu dengan memanfaatkan kemajuan teknologi internet. Media intranet merupakan media yang cepat dalam penyebaran informasi dibandingkan dengan media lain seperti bulletin dan newsletter.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektif atau tidak efektifnya “BNI Forum” sebagai media internal PT BNI Persero dalam penyampaian informasi kepada karyawannya. Tinjauan Pustaka yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengertian komunikasi, komunikasi organisasi, public relation, efektivitas, media internal.

Tipe dari penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada karyawan PT. BNI Persero Tbk dengan menggunakan metode survey dan observasi, dengan proporsi populasi yang berjumlah 764 orang dan dengan sample berjumlah 90 orang.

Hasil penelitian yang diperoleh mengenai efektivitas BNI forum sebagai media internal PT BNI Persero Tbk dalam penyampaian informasi kepada karyawannya adalah baik. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media internal “BNI Forum” efektif dalam penyampaian informasi kepada karyawan PT BNI Persero Tbk.

Setelah dilakukan penelitian ini, maka peneliti menyarankan agar BNI forum lebih memperkaya informasi yang ada didalamnya, dan perusahaan lebih meningkatkan penggunaan BNI forum dalam penyebaran informasi.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul ” Efektivitas ”BNI Forum” sebagai Media Internal dalam penyampaian Informasi kepada karyawan PT BNI Persero Tbk” Skripsi ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dalam bidang Komunikasi dan Public Relations bagi mahasiswa/wi fakultas Komunikasi terutama pengetahuan tentang media internal perusahaan yang digunakan dalam kegiatan *Public Relations (PR)*.

Pada kesempatan ini tidak lupa peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu :

1. Bapak Juwono Tri Admodjo, S.Sos, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga selesainya skripsi ini.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku ketua sidang dan Bapak Heri Budianto, S.Sos, M.Si selaku penguji ahli serta dosen fakultas ilmu komunikasi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
4. Kedua orangtuaku ayahanda Syafei dan ibunda Sudi Rahayu atad nasihat dan doanya, adik-adikku Syafyudi Rahmat dan Ilham Triyastanto serta Uda-ku Syahrul Radian atas dukungan, bantuan dan semangat yang selalu diberikan.
5. Tim BNI Forum yang telah membantu memberikan masukan dan data-data yang diperlukan.
6. Teman – Teman PR 13 Universitas Mercu Buana yang selalu memberikan semangat, bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Dalam menyusun skripsi ini peneliti berusaha untuk menghasilkan yang terbaik. Agar penelitian ini lebih baik kedepannya peneliti berharap agar diberikan masukan sehingga dapat lebih baik lagi kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Terima Kasih

Jakarta , November 2010

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Persetujuan.....	i
Tanda Lulus.....	ii
Lembar Persetujuan Skripsi.....	iii
Abstraksi.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar isi.....	vii
Daftar Lampiran.....	xi
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Pustaka.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	8
1.4.1. Kegunaan Teoritis	8
1.4.2. Kegunaan Praktis	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Komunikasi	9
2.1.1. Definisi Komunikasi.....	9
2.1.2. Unsur – unsur Komunikasi.....	11

2.1.3. Fungsi Komunikasi.....	13
2.1.4. Tujuan Komunikasi.....	14
2.1.5. Komunikasi Efektif.....	15
2.2. Komunikasi Organisasi.....	17
2.2.1. Definisi Komunikasi Organisasi.....	17
2.2.2. Model Komunikasi Organisasi.....	22
2.3. Definisi Public Relations	24
2.3.1. Unsur – unsur Utama Public Relations.....	26
2.3.2. Fungsi dan Peran Public Relations.....	27
2.3.3. Khlayak Public Relations.....	30
2.3.3.1. Khalayak Internal.....	30
2.3.3.2. Khalayak Eksternal.....	31
2.3.4. Tujuan Public Relations.....	33
2.4. Efektivitas.....	33
2.4.1. Definisi Efektivitas.....	34
2.5. Media Internal.....	37
2.5.1. Sejarah Media.....	37
2.5.2. Definisi Media Internal.....	37
2.5.3. Manfaat Media Internal.....	38
2.5.4. Fungsi Media Internal.....	39
2.5.5. Bentuk Media Internal.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian	41
3.2. Metode Penelitian	42
3.3. Populasi dan Sampel	43
3.3.1. Populasi.....	43
3.3.2. Sampel.....	44
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel.....	45
3.4. Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	45
3.4.1. Definisi Konsep.....	45
3.4.2. Operasionalisasi Konsep.....	46
3.5. Teknik Penelitian Data.....	48
3.5.1. Data Primer.....	48
3.5.2. Data Sekunder.....	49
3.6. Teknik Analisis Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	52
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	54
4.1.3. Nilai dan Budaya Perusahaan.....	54
4.1.4. BNI Forum.....	54
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	55
4.2.1. Identitas Responden.....	56
4.3. Pembahasan.....	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran.....	100
5.2.1. Saran Akademis.....	100
5.2.2. Saran Praktis.....	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Hasil Kuesioner
Lampiran 3	Hasil Kuesioner frekuensi dan Persentase
Lampiran 4	Data BNI Forum
Lampiran 5	Ijin Penelitian
Lampiran 6	Tampilan BNI Forum
Lampiran 7	Pemenang dan Nominator Anugerah Media Humas 2010
Lampiran 6	Biodata Diri

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 2 Lama Bekerja	56
Tabel 3 Jenjang Jabatan	57
Tabel 4 Frekuensi Mengakses	57
Tabel 5 Frekuensi Keterlibatan Pertukaran Informasi	58
Tabel 6 Efektivitas kebijakan perusahaan dalam BNI forum	58
Tabel 7 Efektivitas Feature e-Training dalam BNI forum	59
Tabel 8 Efektivitas Informasi event-event BNI di BNI forum	60
Tabel 9 Efektivitas informasi kemajuan karier dalam BNI Forum	60
Tabel 10 Efektivitas informasi produk perbankan melalui BNI forum	61
Tabel 11 Efektivitas tips & trik (solusi) yang diberikaan melalui BNI forum	61
Tabel 12 Efektivitas informasi sistem baru perbankan melalui BNI forum	62
Tabel 13 Efektivitas pertukaran informasi antar karyawan melalui BNI forum	63
Tabel 14 Efektivitas Feature e-magazine dalam BNI forum	63
Tabel 15 Efektivitas Feature Find my SOP (SOP ONLINE) dalam BNI forum	64
Tabel 16 Efektivitas Feature-feature informasi dalam BNI forum	64
Tabel 17 Efektivitas Feature Product Guide dalam BNI forum	65
Tabel 18 Efektivitas menu aplikasi dalam BNI forum	65
Tabel 19 Efektivitas penyampaian instruksi kerja melalui BNI forum	66
Tabel 20 Efektivitas komunikasi dengan pimpinan melalui BNI Forum	67

Tabel 21	Efektivitas koordinasi kerja antar karyawan melalui BNI forum	68
Tabel 22	Efektivitas kcepatan penyampaian kritik dan saran di BNI forum	68
Tabel 23	Efektivitas Informasi terbaru (up date) melalui BNI Forum	69
Tabel 24	Efektivitas Feature News Dan Newsticker dalam BNI Forum	69
Tabel 25	Efektivitas kecepatan reaksi karyawan terhadap informasi di BNI forum	70
Tabel 26	Efektivitas kemudahan mengakses BNI Forum	71
Tabel 27	Efektivitas BNI forum dari segi efisiensi (Waktu, dan material)	71
Tabel 28	Efektivitas kecepatan penyebaran informasi melalui BNI forum	72
Tabel 29	Efektivitas tampilan (theme) BNI Forum	73
Tabel 30	Efektivitas gambar atau ilustrasi produk di BNI forum	73
Tabel 31	Efektivitas kepercayaan karyawan terhadap feature di BNI forum	74
Tabel 32	Efektivitas kompetensi sumber di BNI Forum	74
Tabel 33	Efektivitas kemampuan sumber dalam menulis di BNI Forum	75
Tabel 34	Efektivitas solusi di BNI forum	75
Tabel 35	Efektivitas sumber informasi penting dalam BNI forum	76
Tabel 36	Efektivitas komunikasi dengan sumber penting	77
Tabel 37	Dimensi Penerima	78
Tabel 38	Dimensi Isi	80
Tabel 39	Dimensi Ketepatan waktu	81
Tabel 40	Dimensi Media	83
Tabel 41	Dimensi Format Kemasan	84
Tabel 42	Dimensi Sumber	86