



**HUBUNGAN ANTARA PEMANFAATAN MEDIA
"VOLKSWAGEN FANZINE" DENGAN KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN
PT. GARUDA MATARAM MOTOR (VOLKSWAGEN)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata I (S-I)
Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh :

AHMAD FADLI
44205110003

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Ahmad Fadli
NIM : 44205110003
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Hubungan Antara Pemanfaatan Media Internal "Volkswagen Fanzine"
Dengan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Garuda Mataram Motor -
Volkswagen

Jakarta, September 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(Irmulan Sati T., SH., M.Si)



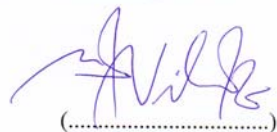
UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Ahmad Fadli
NIM : 44205110003
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Study : Public Relations
Judul Skripsi : Hubungan Antara Pemanfaatan Media Internal "Volkswagen Fanzine" Dengan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Garuda Mataram Motor - Volkswagen

Jakarta, September 2010

Ketua Sidang
(SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si)
Penguji Ahli
(Drs. Juwono Tri Atmojo, M.Si)
Pembimbing
(Irmulan Sati T., SH, M.Si.)


(.....)

(.....)

(.....)



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Ahmad Fadli
NIM : 44205110003
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Study : Public Relations
Judul Skripsi : Hubungan Antara Pemanfaatan Media Internal "Volkswagen Fanzine" Dengan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Garuda Mataram Motor - Volkswagen

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing

(Irmulan Sati T., SH, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani M. Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Diah Wardhani M. Si)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil Alamin, puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah ditengah-tengah kita, atas segala rahmat, hidayah, dan karunianya yang diberikan kepada penulis didalam menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul "Hubungan Antara Pemanfaatan Media "Volkswagen Fanzine" Dengan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Garuda Mataram Motor – Volkswagen"

Penulisan skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu prasyarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 (S1) Ilmu Komunikasi Jurusan *Public Relations* di Universitas Mercu Buana Jakarta. Didalam penulisan ini penulis menyadari sekali bahwa masih banyak kekurangan-kekurangan didalamnya, baik itu secara teori maupun secara teknis penulisan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dan ingin menyampaikan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah banyak membimbing serta membantu penulis, baik yang bersifat moril maupun materil. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Irmulan Sati Tomohardjo selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih atas semua sarannya serta masukannya, dan juga atas waktu yang diberikan untuk membimbing saya.

2. Kedua orang tua saya, Bapak Taria Ariyanto, SH dan Ibu Gayatri M yang dimana selalu memberikan *support* baik *materil* maupun *in-materil* agar saya dapat menjadi orang yang berguna.
3. Ketiga kakak saya, Any Oktavitri SH, Yekti Apriyanti, Amd. Ip, S.pd, Tri Oktarini ST dan adik saya Yeni Puritasari, SH Terima Kasih Atas Support, Moril dan Materil
4. Dra. Diah Wardhani M. Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Ibu Ida Anggraeni Ananda S,Sos, M.Si selaku Ketua Jurusan Public Relations dan Bpk. Tri Juwono selaku Sekretaris Jurusan Public Relations. Serta seluruh dosen Universitas Mercu Buana, Fakultas Ilmu Komunikasi, Jurusan Public Relations, terima kasih sekali atas bimbingan dan kuliahnya yang amat berguna sekali buat saya.
5. Kepada pihak PT. Garuda Mataram Motor – Volkswagen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian, yaitu Ibu Nada Widjajanti Selaku Finance dan GA, Bapak Hary Novianto Selaku Manager MarComms dan Mathilda Rinta selaku PR Coordinator Volkswagen yang telah membantu dalam penulisan ini, serta seluruh karyawan PT. Garuda Mataram Motor.
6. Kepada kantor saya Pulse Communications Ogilvy Public Relations World Wide yang telah memberikan saya izin untuk mengerjakan tugas akhir saya selama ini.

7. Anak-anak *PR angkatan 7* yang setengah jiwa dan setengah seperjuangan.
Dewi Sagita, Alexandra Soraya, Elis Rosmaladewi, Nurike Aftriwardhani,
Ratna Juita, Ade Nuriasari, memed dan Arif Wahyudiono.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu. *Thanks For All.*

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari titik sempurna, sebab itulah manusia semua tidak ada yang sempurna, saran dan kritik yang sifatnya membangun dari semua pihak sangat diharapkan sekali guna menjadikan satu bahan untuk menunjang perbaikan yang lebih baik lagi. Dan tidak lupa harapan penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembacanya dan juga dapat menambah ilmu pengetahuan bagi penulis sendiri. Amin.

Jakarta, September 2010

Peneliti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Komunikasi	13
2.2 Komunikasi Dalam Organisasi	15
2.3 Komunikasi Internal	22
2.4 Humas Sebagai Fungsi Manajemen	25
2.5 Media Internal	28
2.6 Jenis-Jenis Media Internal	30
2.7 Tujuan dan Fungsi Media Internal	32

2.8	Pemanfaatan Media Internal Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi	33
2.8.1	Pemanfaatan Media Internal.....	33
2.8.2	Kebutuhan Informasi	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian	36
3.2	Metode Penelitian	36
3.3	Populasi dan Sampel	37
3.3.1	Populasi	37
3.3.2	Sampel	38
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1	Data Primer.....	40
3.4.1.1	Kuisisioner.....	40
3.4.2	Data Sekunder	41
3.5	Validitas dan Realibilitas	39
3.5.1	Validitas	41
3.5.2	Reliabilitas	41
3.6	Teknik Analisa Data	42
3.6.1	Korelasi Product Moment (Pearson)	42
3.6.2	Uji Hipotesis	43
3.7	Hipotesis	46
3.8	Definisi dan Operasionalisasi Konsep	46
3.8.1	Pemanfaatan Media (Internal)	46

3.8.2 Kebutuhan Informasi	47
3.8.3 Media Internal	48
3.8.4 Operasionalisasi Konsep	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Sejarah PT. Garuda Mataram Motor	51
4.1.1 Visi dan Misi	53
4.1.2 Tujuan Department MarComm	53
4.1.3 Sejarah Majalah Volkswagen Fanzine	55
4.2 Hasil Penelitian	56
4.2.1 Identitas Responden	56
4.2.2 Pemanfaatan Media Internal	58
4.2.3 Kebutuhan Informasi Karyawan	72
4.2.4 Uji Hipotesis	81
4.3 Analisis Data	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92
5.2.1 Saran Akademis	92
5.2.2 Saran Praktis	92
DAFTAR PUSTAKA	
KUISIONER	
LAMPIRAN TABEL – TABEL	
CURRICULUM VITAE	
SURAT KETERANGAN RISET	
CONTOH MEDIA VOLKSWAGEN FANZINE	