



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA INTERNAL PT INDOFOOD
SUKSES MAKMUR TBK TERHADAP PEMENUHAN
INFORMASI TAHUN 2022**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Strata- 1 (S-1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :
Maria Angelica
44218110115

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maria Angelica
NIM : 44218110115
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **Pengaruh Penggunaan Media Internal PT Indofood Sukses Makmur Tbk Terhadap Pemenuhan Informasi Tahun 2022** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 08 September 2022

Yang membuat pernyataan,



(Maria Angelica)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

(Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Maria Angelica
NIM : 44218110115
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Internal PT Indofood Sukses
Makmur Tbk Terhadap Pemenuhan Informasi Tahun 2022

Jakarta, 08 September 2022

Mengetahui,
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Mochamad Taufiq Hidayat
(Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana


LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Maria Angelica
NIM : 44218110115
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Internal PT Indofood Sukses
Makmur Tbk Terhadap Pemenuhan Informasi Tahun 2022

Jakarta, 08 September 2022

Ketua Sidang : 
(Dr. Nurhayani Saragih, M.Si)

Penguji Ahli : 
(Muthia Rahayu, S.Ikom, M. Ikom)

Pembimbing : 
(Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : Pengaruh Penggunaan Media Internal PT Indofood Sukses
Makmur Tbk Terhadap Pemenuhan Informasi Tahun 2022
Nama : Maria Angelica
NIM : 44218110115
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 08 September 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

(Mochamad Taufiq Hidayat, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
KATA PENGANTAR	x
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis	26
2.2.1 Komunikasi	26
2.2.1 Komunikasi Internal	27
2.2.2 <i>Public Relations</i>	30
2.2.3 Media Internal	36
2.2.4 Kebutuhan Informasi	42
2.2.5 Teori <i>Uses and Gratification</i>	46
2.3 Kerangka Pemikiran	51
2.4 Hipotesis Teori	52
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	54
3.1 Paradigma Penelitian	54
3.2 Metode Penelitian	55
3.3 Populasi dan Sampel	57

3.3.1 Populasi	57
3.3.2 Sampel	57
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	58
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	60
3.4.1 Definisi Konsep	60
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data	68
3.5.1 Data Primer	68
3.5.2 Data Sekunder	69
3.5.3 Uji Validitas dan Realibilitas	70
3.6 Teknik Analisa Data	75
3.6.1 Pengujian Hipotesis	76
3.6.2 Metode Korelasi Rank Spearman	77
3.6.3 Tabulasi Silang	78
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	80
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	80
4.2 Hasil Penelitian	88
4.3 Pembahasan	119
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	123
5.1 Kesimpulan	123
5.2 Saran	124
5.2.1 Saran Akademis	124
5.2.2 Saran Praktis	124
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN	127

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Indofood	7
Gambar 1.2 Daftar Isi Media Indofood	8
Gambar 2.1 Model Teori <i>Uses and Gratification</i>	49
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 3.1 Rumus Slovin	58
Gambar 3.2 Rumus <i>Person's Correlation</i>	71
Gambar 3.3 Formulasi Alpha Cronbach	73
Gambar 3.4 Rumus korelasi angka	78
Gambar 3.5 Rumus korelasi angka kembar	78
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	83



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Populasi	57
Tabel 3.2 Penarikan Sampel	59
Tabel 3.3 Operasionalisasi Konsep (Variabel X)	62
Tabel 3.4 Operasionalisasi Konsep (Variabel Y)	65
Tabel 3.5 Hasil Hitung Uji Validitas	71
Tabel 3.6 Reliability Statistics	74
Tabel 3.7 Interpretasi Nilai r	74
Tabel 3.8 Bobot Penelitian Skala Likert	76
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	89
Tabel 4.2 Usia	89
Tabel 4.3 Divisi	90
Tabel 4.4 Lama waktu bekerja	90
Tabel 4.5 Membaca berita setiap hari	91
Tabel 4.6 Media yang digunakan untuk mengakses informasi terkini .	92
Tabel 4.7 Terakhir kali membaca Media Indofood	92
Tabel 4.8 Terakhir kali membaca Media Indofood	93
Tabel 4.9 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	94
Tabel 4.10 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	95
Tabel 4.11 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	95
Tabel 4.12 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	96
Tabel 4.13 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	97
Tabel 4.14 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	97
Tabel 4.15 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	98
Tabel 4.16 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	99
Tabel 4.17 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	100
Tabel 4.18 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	100

Tabel 4.19 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	101
Tabel 4.20 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	102
Tabel 4.21 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	102
Tabel 4.22 Variabel X (Penggunaan Media Internal)	103
Tabel 4.23 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	104
Tabel 4.24 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	105
Tabel 4.25 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	105
Tabel 4.26 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	106
Tabel 4.27 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	107
Tabel 4.28 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	107
Tabel 4.29 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	108
Tabel 4.30 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	109
Tabel 4.31 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	109
Tabel 4.32 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	110
Tabel 4.33 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	111
Tabel 4.34 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	111
Tabel 4.35 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	112
Tabel 4.36 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	113
Tabel 4.37 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	113
Tabel 4.38 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	114
Tabel 4.39 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	115
Tabel 4.40 Variabel Y (Pemenuhan Informasi)	115
Tabel 4.41 Kriteria pedoman koefisien korelasi	116
Tabel 4.42 Uji Korelasi Spearman Rank	117
Tabel 4.43 Tabulasi Silang	118

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan berkatNya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Tanpa hikmat dan kebijaksanaanNya, peneliti tidak akan mampu menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya.

Penelitian ini tentunya tidak terlepas dari pihak-pihak yang ikut membantu dan mendukung peneliti, baik dalam memberikan semangat, motivasi dan ilmu-ilmu yang berguna untuk dipelajari. Oleh karena itu, peneliti ini mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Mochamad Taufik Hidayat, M.I.kom, selaku dosen pembimbing, terima kasih atas kesediaan waktunya untuk melakukan konsultasi maupun bimbingan di tengah kesibukannya. Atas segala koneksi, motivasi, semangat dan dorongan bagi penulis, semata-mata agar penulis lebih teliti dan kritis lagi.
2. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberikan izin untuk melaksanakan penelitian ini sampai selesai.
3. Ibu Suryaning Hayati SE, MM. M.Ikom, selaku Ketua jurusan *Public Relations*, terima kasih atas bimbingannya selama penulis belajar hingga menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Lukmanto, selaku manager di divisi *Corporate Procurement and Engineering* yang sudah mengizinkan saya melakukan penelitian ini.

5. Kedua orang tua peneliti, Bapak Martinus Parera dan Ibu Carolina Liliana Maringka serta saudara peneliti, Febby Felicity, Benaya Aprilla dan Alfred Cristian yang selalu memberikan semangat yang selalu memberikan segala macam dukungan atas apapun yang penulis lakukan.
6. Seluruh sahabat peneliti, Meiriana Istidjab, Stevani Ina Leyn, Iqbal Wahyu, Febrina Kirana, Rifda Halimatul, Uswatun Chasanah Ibnal Farabi, yang selalu mengajak penulis bermain hingga penulis melupakan waktu untuk mengerjakan penelitian ini tapi tetap memberikan banyak dukungan.
7. Sahabat-sahabat semasa kuliah peneliti, Adella Rahmadini, Eka Sariyana, Helen Pindriani, Theresia Nurdiah Sari dan Muthyara Dhiva, terima kasih juga atas dukungan yang diberikan dari awal hingga akhir penelitian ini.
8. Semua pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan di dalam penyusunannya, oleh karena itu peneliti akan sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang dapat membantu perbaikan skripsi ini kedepannya. Harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat untuk seluruh pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 29 Juni 2022

Maria Angelica



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Maria Angelica
44218110115

Pengaruh Penggunaan Media Internal PT Indofood Sukses Makmur Tbk terhadap Pemenuhan Informasi Tahun 2022

Bibliografi : 5 Bab 132 hal + Lampiran + 8 Buku + 9 Internet

ABSTRAK

Media internal dikatakan sebagai alat untuk memberikan informasi kepada khalayak mengenai aktivitas perusahaan publikasi dan diharapkan pesan dapat diterima dengan baik oleh khalayak, Praktek yang ditemui dilapangan terkait penggunaan media internal PT Indofood terkait pemenuhan informasi karyawan tidaklah berjalan dengan sebagaimana mestinya. Ada ketidaksesuaian antara teori dan praktek dilapangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh penggunaan Media Indofood sebagai media komunikasi internal terhadap pemenuhan informasi pada karyawan kantor pusat PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Teori *Uses and Gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa, teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang artinya khalayak dianggap aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh menggunakan metode survei. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Karyawan Kantor Pusat PT Indofood Sukses Makmur sebanyak 376 karyawan. Teknik penarikan sampel yang digunakan Peneliti adalah *Stratified Random Sampling* dalam menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, sampel yang didapatkan sebanyak 79 karyawan.

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis bahwa terdapat pengaruh antara variabel Penggunaan Media Internal terhadap Pemenuhan Informasi karyawan Kantor Pusat PT Indofood Sukses Makmur sebesar 0,766 yang berarti bahwa hubungan antara kedua variabel bernilai kuat.

Kata kunci : media internal, Media Indofood, komunikasi internal, teori *uses and gratification*, *public relations*



Mercu Buana University
Faculty Of Communication Science
Field Of Public Relations
Maria Angelica
44218110115

The Influence of the Use of Internal Media of PT Indofood Sukses Makmur Tbk on the Fulfillment of Information in 2022

Bibliography : 5 Chapters 132 pages + Appendix + 8 Books + 9 Internet

ABSTRACT

Internal media is said to be a tool to provide information to the public regarding the activities of publishing companies and it is hoped that the message will be well received by the audience. The practice encountered in the field related to the use of PT Indofood's internal media regarding the fulfillment of employee information does not work as it should. There is a discrepancy between theory and practice in the field. The purpose of this study was to explain the effect of using Indofood Media as an internal communication medium on the fulfillment of information on employees of the head office of PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Uses and Gratifications theory emphasizes more on a human approach in viewing mass media, this theory focuses on the use (uses) of media to get satisfaction (gratifications) for one's needs, meaning that audiences are considered active in using the media to meet their needs.

This research uses descriptive method with quantitative approach. The data was obtained using a survey method. The population used in this research were employees of the Head Office of PT Indofood Sukses Makmur as many as 376 employees. The sampling technique used by the researcher is Stratified Random Sampling in determining the number of samples to be used, the sample obtained is 79 employees.

The results showed the hypothesis that there was an influence between the variables of the Influence of the Use of Internal Media on the Fulfillment of Information at the Head Office of PT Indofood Sukses Makmur of 0.766, which means that the relationship between the two variables is strong.

Keywords: internal media, Media Indofood, internal communication, uses and gratification theory, public relations