

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah proses memberi dan menerima informasi sampai pada pemahaman makna (Suwarto 2010: 191). Dalam organisasi, peranan komunikasi yaitu sebagai prasyarat bagi pencapaian tujuan-tujuan organisasi (Sofyandi 2007: 153).

Kegiatan organisasi dapat diselenggarakan melalui berbagai level dan media. Level ini dapat dibedakan dari sifat internal maupun eksternal (Pasaribu & Siregar, 2000:9-10). Semua bentuk komunikasi dan media yang digunakan adalah tanggung jawab bagian hubungan internal. Dari sisi kepentingan korporasi, komunikasi internal diharapkan bersifat fungsional dalam membangun sistem internal di dalam korporasi atau organisasi. Dalam lingkup internal korporasi, media korporasi dapat berperan dalam upaya menumbuhkan komunikasi dialogis, dan sekaligus menambahkan budaya korporasi. Secara lebih mendalam, media korporasi secara lebih luwes dapat membantu manajemen korporasi untuk menanamkan, memelihara, dan memperkenalkan perubahan yang berkaitan dengan budaya korporasi (Pasaribu & Siregar, 2000:25-27).

Media internal diharapkan dapat menginformasikan langkah organisasi dalam mencapai tujuan dan dalam banyak hal, pemenuhan kepentingan antara korporasi dengan pembaca media internal dapat berlangsung lewat media internal. Proses komunikasi dalam media internal organisasi ini terkait tiga hal

yakni apa yang dikomunikasikan, bagaimana komunikasi diselenggarakan dan kapan komunikasi berlangsung (Pasaribu & Siregar, 2000:17-18).

Menurut pendapat Laudon (2007:76), intranet adalah jaringan komunikasi internal yang bisa memberikan akses data di lintas perusahaan. Dengan memanfaatkan teknologi internet dalam organisasi, membuat komunikasi menjadi lebih cepat dibanding sebelumnya, dan bahkan pesan internal bisa menyebar ke seluruh bagian organisasi dalam hitungan detik. Setiap individu bisa melakukan komunikasi perorangan dari jarak yang sangat jauh tapi dalam waktu yang sangat pendek(Cutlip, 2006:256).

Karena keberadaan intranet dinilai penting, pada tahun 2007 PT.Telkom telah menyediakan portal web yang bisa diakses oleh karyawan untuk bertukar informasi di lintas perusahaan.(*Sumber: Manager Employee Helpdesk, Uum Suryawan 2012*).

PT.Telkom merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Hal ini ditandai dengan kepemilikan saham mayoritas PT.Telkom pada perusahaan PT.Telekomunikasi Seluler (Telkomsel).(www.telkom.ac.id : 2013)

PT.Telkom sendiri terdapat pusat pengelolaan *Human Capital Center*, yaitu sebuah unit organisasi *corporate service* yang berada di bawah direktorat *Human Capital and General Affairs* yang diberikan otoritas dan peran sebagai penyelenggara operasi fungsi *Human Capital* perusahaan untuk seluruh unit organisasi dari karyawan Telkom, salah satunya *employee relation*. Divisi *Human Capital Center* ini adalah divisi yang mengelola sumber daya

manusia. Namun dalam praktiknya, *Human Capital Center* juga mengelola media internal perusahaan selayaknya divisi *public relation*. Terdapat 6 (enam) media yang dikelola oleh *Human Capital Center* yang kemudian disebut media kontak pelanggan. Media ini digunakan salah satunya adalah untuk menjalankan fungsi *employee relation*. Media tersebut adalah kunjungan, SMS, Surat, *Email*, *Fax*, dan Telepon. Namun pada tahun 2012, media internal yang dikelola oleh *Human capital center* bertambah menjadi 7 yaitu media intranet. Sedangkan media yang dikelola oleh divisi *public relation* tidak hanya media yang berhubungan dengan karyawan, tapi juga dengan masyarakat luas seperti *newsletter*, *company profile*, majalah, poster dan *corporate website* (Sumber: *Manager Employee Helpdesk*, Uum Suryawan 2012).

PT Telkom tidak hanya mengaplikasikan kemajuan teknologi komunikasi dan informasinya untuk menjalin hubungan dengan pelanggan eksternal dan masyarakat luar, tapi juga dengan pelanggan internal perusahaannya sendiri dengan menggunakan intranet (Sumber: *Manager Employee Helpdesk*, Uum Suryawan 2012).

Portal Web yang dikelola oleh *Human Capital Center* ini hanya satu yaitu Portal web HCGA yang bernama humancapital.telkom.co.id, yang sebelumnya dikenal dengan nama Web Direktorat Sumber Daya Manusia (<http://webditsdm.telkom.co.id>), berawal dari kebutuhan para pengelola *Human Capital* (HC) untuk menyebarkan informasi dan

kebijakan terkait dengan *Human Capital* kepada seluruh karyawan. Tetapi dalam praktiknya ada karyawan yang belum memanfaatkan portal web tersebut sesuai dengan tujuan awal dibuat intranet ini, sehingga akhirnya menyebabkan kasus miss komunikasi seperti ketidaktahuan karyawan akan peraturan perusahaan, kurang mengertinya kebijakan baru yang disampaikan direksi, juga terlewatnya tanggal-tanggal penting untuk *event* tertentu (*Sumber: Manager Employee Helpdesk, Uum Suryawan, Feb 2013*).

Semua informasi tersebut padahal sudah dicantumkan secara lengkap dan jelas di dalam portal web HCGA, tapi pada kenyataannya karyawan lebih sering menggunakan telepon untuk bertanya langsung ke bagian administrasi SDM daripada memeriksa portal web HCGA terlebih dulu (*Sumber: Manager Employee Helpdesk, Uum Suryawan, Feb 2013*).

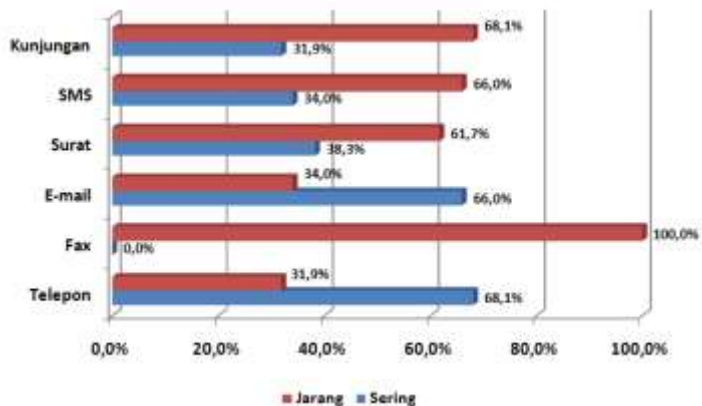
Didalam portal intranet web *Human Capital and General Affairs* ini, masing-masing karyawan akan mendapatkan sebuah *personal account* untuk *log-in* kedalam teknologi informasi tersebut, sehingga semua karyawan dapat terhubung menjadi satu didalamnya dan dapat memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan dan jabatan mereka.

Penelitian mengenai media internal yang dikelola *Human Capital Center* PT. Telkom sudah pernah dilakukan. Namun, penelitian ini hanya sebatas frekuensi penggunaan dan kepuasan karyawan terhadap 6 media internal, yaitu SMS, Surat, Email, Fax, Kunjungan dan Telepon. Belum ada yang meneliti mengenai media Portal Web. Penelitian tersebut dilakukan melalui *survey*

online kepada 47 karyawan *Human Capital Center* dan diperoleh hasil sesuai dengan Gambar 1.1 tentang frekuensi penggunaan media internal *Human Capital Center*.

Gambar 1.1

Frekuensi Penggunaan Internal *Human Capital Center*

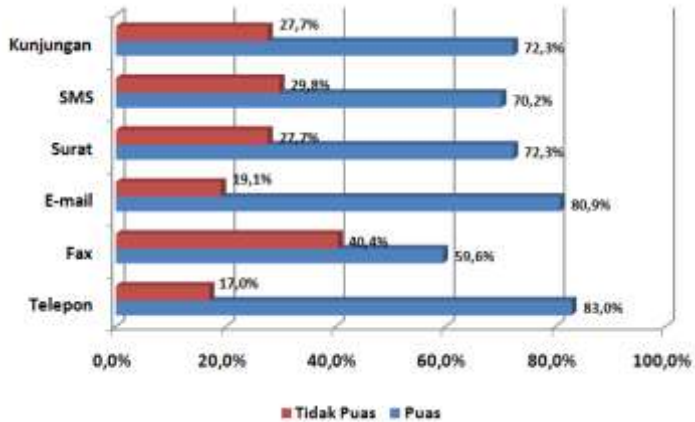


Sumber: Human Capital Center PT. Telkom Bandung

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa penggunaan media internal paling sering digunakan oleh karyawan *Human Capital Center* adalah penggunaan media Telepon (68,1%) dengan frekuensi penggunaan yang jarang 31%, sedangkan media internal yang jarang digunakan adalah Fax (0%) dengan frekuensi penggunaan yang jarang dan sering sama-sama 0% (Hadi, 2012:32).

Gambar 1.2

Tingkat Kepuasan Penggunaan Media Internal *Human Capital Center*



Sumber: *Human Capital Center* PT. Telkom Bandung

Kepuasan karyawan *Human Capital Center* mengenai masing-masing media internal *Human Capital Center* disajikan dalam gambar 1.2 yang menunjukkan bahwa tingkat kepuasan penggunaan media internal *Human Capital Center* paling tinggi ditempati oleh media Telepon (83,0%) dengan 17,0% tidak puas dan 83,0% merasa puas, sedangkan ketidak puasan paling dominan adalah penggunaan media Fax (40,4%).

Dalam penelitian ini penulis memfokuskan penelitian hanya pada intranet saja karena penelitian sebelumnya belum meneliti mengenai media intranet.

Didalam portal intranet *web Human Capital and General Affairs* ini terdapat beberapa konten diantaranya home, profil, taman budaya, kebijakan, prestasi karyawan, laporan dan serba-

serbi. Dalam konten home berisi mengenai berita terbaru dan *timeline twitter Human Capital Center*. Konten profil berisi mengenai profil pengguna dari web *Human Capital Center*. Konten taman budaya berisi mengenai budaya perusahaan. Konten kebijakan berisi mengenai kebijakan-kebijakan yang terdapat dalam perusahaan. Konten prestasi karyawan berisi mengenai daftar prestasi karyawan yang mendapatkan penghargaan atau reward dari perusahaan. Konten laporan berisi mengenai laporan keuangan serta laporan kegiatan yang dilakukan oleh direktorat *Human Capital Center*. Dan konten serba-serbi berisi mengenai Tanya-jawab.

Pada akhirnya peneliti akan mengklasifikasikan pengguna intranet ke dalam beberapa kelompok berdasarkan faktor demografi dan perilaku dari pengguna intranet HCGA sebagai media komunikasi internal berdasarkan faktor-faktor individual yang mempengaruhi dalam organisasi. Sehingga akan didapatkan beberapa klasifikasi kelompok yang terbentuk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana klasifikasi perilaku komunikasi karyawan melalui intranet di Human Capital Center PT.Telkom Bandung?
- b. Bagaimana profil dari klasifikasi pengguna intranet dalam *cluster* yang terbentuk?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitiannya adalah jawaban dari perumusan masalah yaitu:

- a. Untuk mengetahui klasifikasi dalam berkomunikasi melalui intranet di Human Capital Center PT.Telkom Bandung .
- b. Untuk mengetahui profil dari klasifikasi pengguna intranet ke dalam *cluster* yang terbentuk.

1.4 Manfaat Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini diharapkan memiliki Manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Manfaat penelitian ini diantaranya adalah:

1.4.1 Aspek Teoritis

Manambah pengetahuan mengenai klasifikasi pengguna dalam pemanfaatan media internal yang ada di dalam perusahaan.

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu PT.Telkom Bandung khususnya divisi Human Capital Center dalam pengelolaan media komunikasi internal perusahaan.

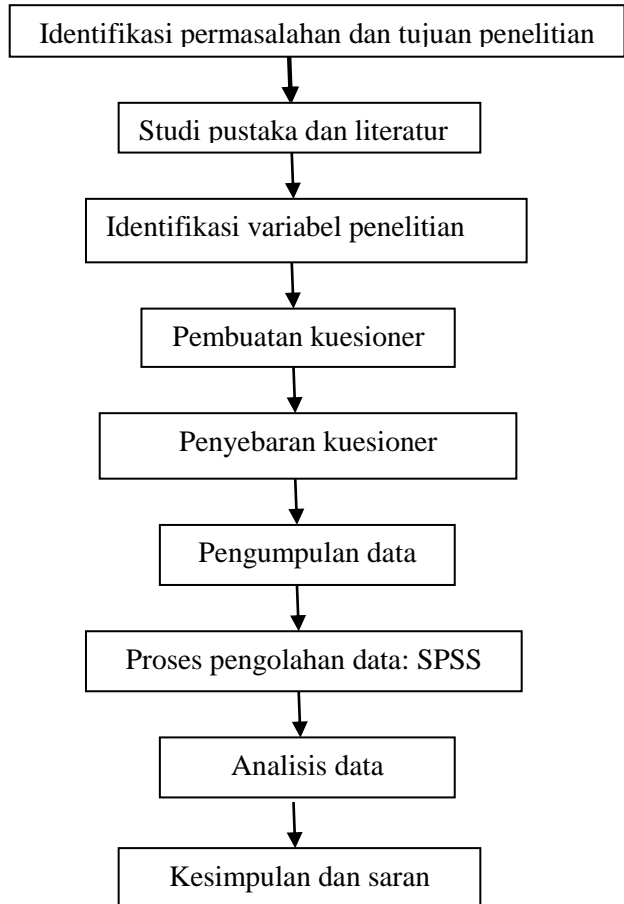
1.5 Tahapan Penelitian

Penelitian ini berawal dengan mengidentifikasi permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan penelitian merupakan persoalan konseptual dan teoritis yang perlu dipersempit bagi peneliti dasar untuk memahami fenomena tersebut dan beberapa pertanyaan penelitian yang seorang peneliti dasar ingin jawab secara empiris. (Sekaran, 2006: 75). Setelah permasalahan teridentifikasi barulah menentukan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan. Setelah masalah dan tujuan teridentifikasi barulah mencari studi pustaka dan literatur yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Langkah selanjutnya yaitu menentukan variabel dan metode yang akan digunakan untuk penelitian.

Dalam penelitian ini variabel yang akan digunakan yaitu variabel demografi dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku individu dalam organisasi. Metode yang digunakan yaitu *cluster analysis* dengan *twostep cluster*. Setelah identifikasi variabel dan metode penelitian, kemudian pembuatan kuesioner untuk dibagikan kepada karyawan *Corporate Office Human Capital Center* PT.Telkom Bandung sebagai pengguna media intranet yang menjadi objek penelitian. Setelah data dari penyebaran kuesioner didapatkan, barulah data analisis dengan menggunakan bantuan SPSS dan kemudian dianalisis, hingga akhirnya ditemukan hasil dan kesimpulan serta saran untuk penelitian selanjutnya. Gambar 1.3 akan menjelaskan tentang tahapan penelitian yang akan dilalui penulis.

Gambar 1.3

Tahapan Penelitian



Sumber: Hasil olahan peneliti diadopsi dari Sekaran,2006

1.6 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Human Capital Center Corporate Office PT.Telkom*, Jalan Japati Nomor 1 Bandung. Pengambilan sampel dilakukan pada karyawan *Human Capital Center* yang menggunakan internal komunikasi yang berjumlah 100 orang.

Periode pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan September-Oktober 2013.

1.7 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun secara sistematis untuk memudahkan dalam penyusunan penulisan dan pembahasan dalam penelitian. Adapun penyusunan penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang tinjauan terhadap obyek studi, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas tentang kajian pustaka dan uraian mengenai teori teori yang digunakan, literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian ini serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan tentang jenis penelitian yang digunakan, operasionalisasi variabel, skala pengukuran, jenis dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan menjelaskan secara rinci mengenai pembahasan karakteristik responden dan *cluster* dilihat dari berbagai aspek, analisis data, dan pembahasan atas hasil pengolahan data. Bab ini berisi data yang telah diolah dan dianalisa untuk mendapatkan kesimpulan dan saran mengenai masalah yang dibahas dalam penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan analisa data yang dibahas pada bab sebelumnya serta saran-saran yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mengelola media internal agar lebih baik lagi.