

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten merupakan suatu perusahaan negara (BUMN) yang bergerak dalam usaha pelayanan listrik. Luas wilayah kerja PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten (PLN DJBB) menjangkau lebih dari 42.196 km² yang meliputi Propinsi Jawa Barat dan Propinsi Banten, kecuali Tangerang. Jumlah konsumen yang mencapai lebih dari 9 juta pelanggan, atau 22 % dari jumlah pelanggan PLN secara nasional, menjadikan PLN DJBB merupakan Unit PLN terbesar di Indonesia.

Wilayah dan beban kerja yang sedemikian besarnya, dikelola oleh Unit-unit Pelaksana Area Pelayanan dan Jaringan (APJ) dan Area Pengatur Distribusi (APD), dengan komposisi sebagai berikut :

1. Area Pelayanan Jaringan (APJ) : 17 Unit
2. Area Pengatur Distribusi (APD) : 1 Unit
3. Unit Pelayanan dan Jaringan (UPJ) : 100 Unit
4. Unit Pelayanan dan Jaringan Prima (UPJ Prima) : 7 Unit
5. Kantor Pelayanan (KP) : 191 KP.

Dalam hal pelayanan pembayaran rekening listrik PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten menggunakan sistem konvensional, sistem praktis dan sistem *payment point online* bank (PPOB) yang dimaksud untuk mempermudah dalam hal penerimaan dari pelanggan atas pembayaran rekening listrik.

Bidang usaha utama PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten adalah memberikan pelayanan jasa listrik kepada masyarakat dan meningkatkan perolehan laba. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 17 tanggal 28 Mei 1990 pasal 5 ayat 1 dan 2 dijelaskan bahwa usaha PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten adalah untuk mengusahakan penyediaan tenaga listrik dalam jumlah yang memadai dengan tujuan :

- a. Meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat secara adil dan merata serta mendorong peningkatan kegiatan ekonomi.
- b. Mengusahakan keuntungan agar dapat membiayai pengembangan penyediaan tenaga listrik untuk melayani kebutuhan masyarakat.
- c. Menjadi perintis kegiatan-kegiatan usaha penyediaan sektor swasta dan koperasi.

1.1.2 Visi, Misi dan Moto PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat Dan Banten

Visi

Diakui sebagai Perusahaan Kelas Dunia yang Bertumbuh-kembang, Unggul dan Terpercaya dengan bertumpu pada potensi Insani.

Misi

1. Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
2. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
3. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
4. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

Moto

Listrik untuk Kehidupan yang Lebih Baik (*Electricity for Better Life*) (<http://www.pln.co.id/disjabar/>).

Makna Logo



Gambar 1.1 Logo PLN (Persero)

Sumber : Intranet PT.PLN (Persero) DJBB

Lambang petir atau kilat telah lama digunakan PT. PLN (Persero) dan satuannya. Menurut surat keputusan No. 13/DIR/1976 penggunaan lambang PT. PLN (Persero) memiliki arti sebagai berikut:

1. Gambar lambang PT. PLN (Persero) tercantum dalam suatu bidang datar.
 - a) Berwarna kuning keemasan.
 - b) Berbentuk segi empat.
 - c) Berskala ukuran lebar : panjang = 3 : 4
 - d) Tanpa garis pinggir bila diperlukan penggambaran segi empat dapat digunakan garis pinggir sebagai batas.
 - e) Tanpa tulisan "Listrik Negara" ataupun tulisan di dalamnya.
2. Gambar atau lambang PT. PLN (Persero) terdiri dari :
 - a) Petir atau kilat yang berbentuk atas tebal dan meruncing disebelah berwarna merah darah dan memotong atau menembus ketiga garis gelombang.
 - b) Tiga buah gelombang yang berbentuk sinusioda (dua setengah periode) berwarna biru laut, tersusun secara sejajar dalam arah mendatar, terletak ditengah-tengah segi empat pada dasar kuning keemasan.
3. Gambar atau lambang diartikan sebagai berikut:
 - a) Petir atau kilat melambangkan tenaga listrik yang terkandung di dalamnya.
 - b) Gelombang yang digunakan dalam lambang PLN berarti segala macam tenaga (energi) dapat dinyatakan sebagai gelombang (cahaya, listrik, akustik, dll). Kegiatan PT PLN (Persero) antara lain mencakup konversi segala macam tenaga (energi) menjadi tenaga listrik.
 - c) Tiga buah gelombang sejajar diartikan 3 sikap karyawan PT PLN (Persero) dalam melaksanakan tugas negara yaitu bekerja keras, bergerak cepat dan bertindak tepat. Artinya yang lain bahwa pelaksanaan distribusi tenaga listrik harus serempak.

4. Warna lambang diartikan sebagai berikut:

- a) Warna kuning keemasan melambangkan ke Agungan Tuhan Yang Maha Esa, serta agungnya kewajiban PT PLN (Persero).
- b) Warna merah darah melambangkan keberanian dan dinamika dalam melaksanakan tugas untuk mencapai sasaran pembangunan.

Warna biru melambangkan kesetiaan dan pengabdian pada tugas untuk menuju, mencapai kemakmuran, dan kesejahteraan rakyat Indonesia seperti dinyatakan dalam Peraturan Pemerintah No. 18 Tahun 1972 (Intranet PT.PLN (Persero) DJBB).

1.1.3 Intranet PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Intranet PT.PLN DJBB adalah media komunikasi internal yang dikelola oleh divisi komunikasi PT.PLN DJBB sejak tahun 2004. Karena tuntutan teknologi dan kebutuhan informasi yang lebih cepat maka diciptakanlah Intranet PT.PLN DJBB yang bertujuan untuk memudahkan seluruh karyawan berkomunikasi dan untuk menyebarkan informasi serta kebijakan perusahaan terbaru secara cepat dan efisien. Intranet PT.PLN DJBB hanya dapat diakses di dalam lingkungan perusahaan dengan penggunaan teknologi internet. Pemberitahuan sebuah berita hanya masuk ke *email* masing-masing karyawan dalam bentuk *Headline*, kemudian karyawan dapat menelusuri web lebih lanjut sesuai *link* yang disebar (Sumber: *Humas Analyst*, Yayuk).

Berikut tampilan dari *Homepage* Intranet PT.PLN DJBB :



Gambar 1.2 *Homepage* Intranet PT.PLN DJBB

Sumber :Intranet PT.PLN (Persero) DJBB

Dalam *homepage* Intranet PT.PLN DJBB terdapat beberapa menu yang memudahkan pembaca untuk mencari segala bentuk informasi diantaranya:

- a. Home: menu ini berisi tentang informasi terbaru,download file terbaru, *Guest book* serta gambar-gambar dari kegiatan yang baru dilakukan PT.PLN DJBB.
- b. Tentang DJBB: menu ini berisi tentang profil PT.PLN DJBB seperti sejarah,visi,misi,kekuatan perusahaan, struktur organisasi, produk,layanan,wilayah kerja ,potensi dan tantangan perusahaan, strategi dan kebijakan yang inovatif serta program PKBL.
- c. Link: Menu ini mengarahkan pengguna untuk masuk atau berinteraksi dengan divisi-divisi lain yang ada pada PT.PLN DJBB.
- d. Pemantauan: menu ini menunjukkan grafik target dan pencapaian kinerja karyawan PT.PLN DJBB.

- e. Aplikasi Internal: menu ini berisikan berbagai macam aplikasi yang dapat digunakan karyawan sesuai dengan kebutuhannya yang dikelompokkan menjadi 4 bagian yaitu untuk personal,operasional,untuk kinerja dan informasi.
- f. Serikat pekerja: yaitu menu yang berisi informasi tentang perusahaan-perusahaan yang melakukan ikatan kerja serta perjanjian kerja sama dengan PT.PLN DJBB. Selain itu menu ini juga berisikan kegiatan yang dilakukan, susunan kepengurusan DPD DJBB serta form permohonan menjadi anggota serikat pekerja.
- g. *Helpdesk*: yaitu menu yang dapat digunakan karyawan untuk menyampaikan semua keluhan serta masukan mengenai perusahaan.

1.2 Latar Belakang

Mengikuti perkembangan teknologi dalam berkomunikasi, perusahaan-perusahaan turut menggunakan fasilitas teknologi komunikasi untuk bersaing.Perusahaan dituntut untuk mampu mengikuti arus perubahan dan perkembangan globalisasi.Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang mutakhir telah mengantarkan manusia pada zaman baru.Berkat perkembangan penemuan dalam bidang teknologi komputer, dunia komunikasi pun menjadi sangat maju.Proses berkomunikasi di dalam sebuah perusahaan yang awalnya masih menggunakan media konvensional, sekarang menambah variasi media penyebaran informasi yaitu dengan media online yang memiliki cakupan penyebaran informasi yang luas selama terhubung dengan koneksi internet.

Menurut Romli (2012:30), pengertian media online per definisi, “media online (*online media*) disebut juga *cyber media* (media siber), *internet media* (media internet), dan *new media* (media baru) dapat diartikan sebagai media yang tersaji secara online di situs web (*website*) internet. Media online bisa dikatakan sebagai media “generasi ketiga” setelah media cetak (*printed media*) koran, tabloid, majalah, bukudan media elektronik (*electronic media*) radio, televisi, dan film/video.

Penerapan teknologi informasi pada sebuah organisasi atau instansi perusahaan akan meningkatkan efektifitas kerja, didukung dengan fasilitas baru

bernama intranet sebagai salah satu bentuk percepatan teknologi komunikasi (Siregar, 2000:25). Intranet adalah jaringan komputer yang khusus untuk penggunaan pada lingkungan di dalam batasan suatu organisasi. Dilihat dari sudut teknisnya, intranet didefinisikan sebagai penggunaan teknologi internet dan *www* (*world wide web*) di dalam sebuah jaringan komputer lokal (LAN). Dengan menggunakan sistem jaringan yang baik, sistem *e-mail* yang rapih, dan *web page* yang mudah untuk dibangun, perusahaan dapat menggunakan fasilitas intranet tanpa batas ruang dan waktu untuk komunikasi antar karyawan khususnya.

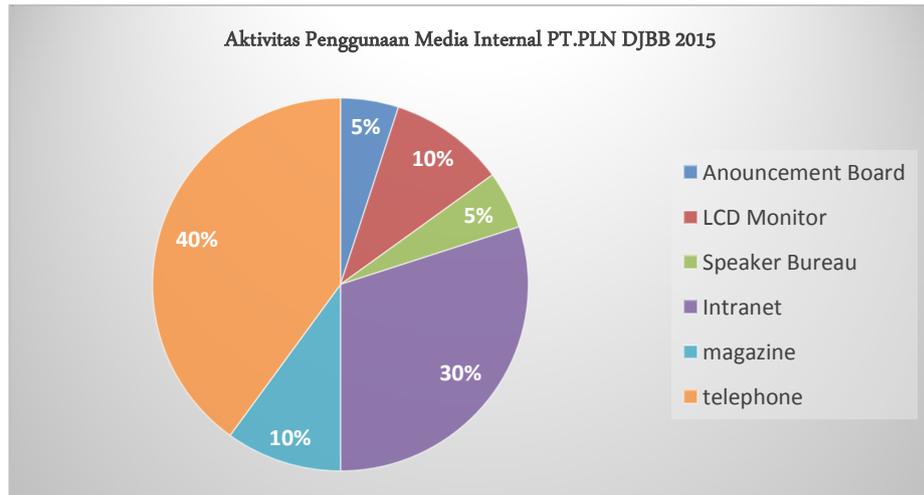
Perkembangan teknologi ini membawa PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten untuk ikut serta dalam memanfaatkan fasilitas yang ada. Sebagai perusahaan penyedia pasokan listrik nasional PT.PLN DJBB sudah memiliki media komunikasi Intranet sejak tahun 2004. Intranet sebagai media komunikasi internal memiliki peran sebagai media pelengkap yang sudah ada sebelumnya seperti *announcement board*, *Speaker bureau*, *LCD monitor*, *telephone*, *hard-copy file*, serta *Magazine*. Pemanfaatan jaringan intranet (misalnya website) berarti menambah variasi media informasi publik internalnya. Variasi media berarti memungkinkan variasi kemasan pesan. Ini penting agar pola penyebaran informasi tidak monoton, selain itu dengan memperhatikan perilaku dan kebutuhan publik dalam mengkonsumsi informasi. Ini berkaitan dengan perubahan konsumsi informasi yang membutuhkan kecepatan sumber (*Sumber: Humas Analyst, Yayuk, Mei 2015*).

Intranet ini diharapkan menjadi *one stop service* bagi seluruh karyawan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat & Banten untuk mendapatkan informasi. Salah satu fitur unggulan adalah Perpustakaan Online yang merupakan bagian dari Bidang Humas, yang memuat koleksi buku perpustakaan PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten. Disini user juga dapat melakukan pencarian buku yang diinginkannya. Juga disediakan modul bagi Admin Humas, yang selain mengelola data Perpustakaan Online, juga mengelola fitur lainnya seperti Guntingan Koran yang berisikan guntingan berita mengenai PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat & Banten. Kemudian, jika user melakukan login, user dapat bergabung di Forum dan juga melihat arsip Guest Book. Selain itu terdapat juga fitur *Knowledge Sharing*, sehingga karyawan dapat berbagi ilmu,

dan tidak dibatasi untuk pengetahuan mengenai listrik saja. Intranet ini juga terhubung ke web bidang-bidang yang ada di PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat & Banten, misalnya Bidang Keuangan dan tentu saja Bidang Teknologi Informasi sehingga jangkauan informasi jadi lebih luas dan menjangkau semua unit bisnis yang ada pada perusahaan (*Sumber: Humas Analyst, Yayuk, Mei 2015*).

Di dalam web Intranet, masing-masing karyawan akan mendapatkan sebuah *personal account* untuk *log-in* ke dalam situs tersebut, sehingga semua karyawan dapat terhubung menjadi satu di dalamnya dan dapat memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan dan jabatan mereka. Tujuan dibentuknya web Intranet adalah untuk memudahkan seluruh karyawan berkomunikasi dan untuk menyebarkan informasi dan kebijakan perusahaan terbaru secara cepat dan efisien (*Sumber: Humas Analyst, Yayuk, Mei 2015*).

Pace & Faules (2006 : 229) mengatakan bahwa dengan menggunakan intranet akan sangat bermanfaat dalam mengintegrasikan semua unit kerja dalam perusahaan sehingga karyawan dapat berhubungan dengan siapapun, dan dimanapun dalam organisasinya. Selain itu Robbins & Judge (2007:145) juga mengatakan bahwa salah satu kekuatan yang paling menghalangi suksesnya kinerja perusahaan adalah kurangnya komunikasi yang efektif. Tidak ada perusahaan yang dapat bertahan tanpa adanya komunikasi. Namun dalam praktiknya ada karyawan yang belum memanfaatkan media intranet sesuai dengan tujuan awal dibuat intranet ini, sehingga akhirnya menyebabkan masih adanya karyawan yang tidak tahu dengan peraturan yang ada perusahaan, kurangnya pemahaman karyawan terhadap kebijakan-kebijakan perusahaan, terlewatnya tanggal-tanggal penting seperti jadwal rapat atau event tertentu yang diadakan oleh (*Sumber: Employee Helpdesk Intranet PT. PLN DJBB*).



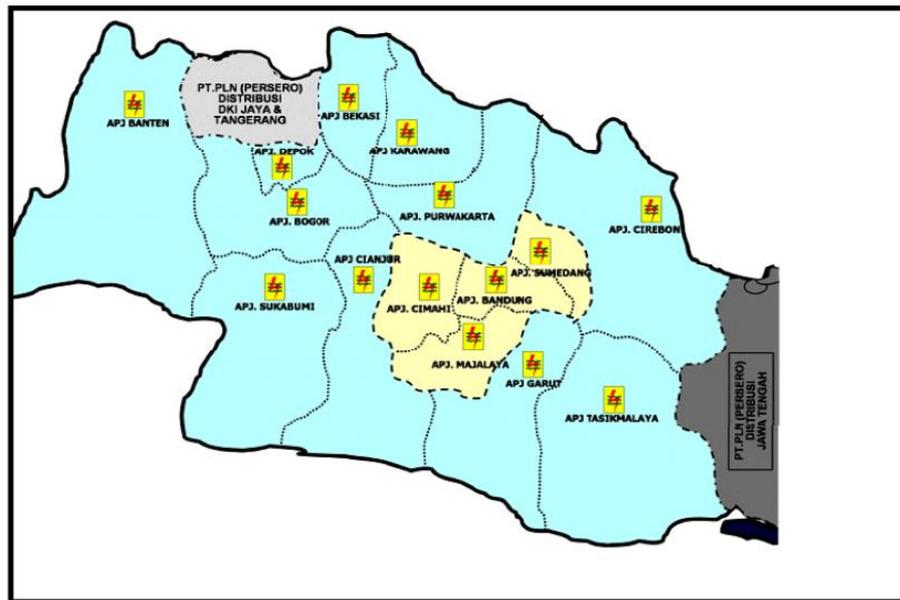
Gambar 1.3 Aktivitas penggunaan media Internal PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten

Sumber : Statistic Humas PT.PLN (Persero) DJBB

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat persentase aktivitas penggunaan media internal terbesar yang digunakan oleh karyawan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten adalah media telepon dan terbesar ke dua adalah media komunikasi intranet. Dapat diartikan bahwa karyawan PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten lebih cenderung menggunakan media telepon dibandingkan dengan media komunikasi intranet, padahal semua informasi yang dibutuhkan karyawan tentang perusahaan sudah dicantumkan secara lengkap dan jelas di dalam web Intranet, tapi pada prakteknya karyawan lebih sering menggunakan telepon untuk bertanya langsung ke bagian administrasi SDM dari pada memeriksa web Intranet terlebih dulu. Media internal yang penggunaannya paling interaktif di PT.PLN DJBB adalah telepon, namun tidak menjamin karyawan akan informasi terbaru mengenai perusahaan setiap hari. Berbeda dengan intranet, semua informasi terkait dengan karyawan dan perusahaan akan diperbaharui setiap harinya sehingga akan membuat karyawan tetap mengetahui dengan jelas sebenarnya ada apa saja yang sedang terjadi di lingkungan perusahaan

Fenomena seperti ini tidak hanya menjadi tantangan bagi perusahaan secara keseluruhan, tetapi juga bagi Bidang Komunikasi PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten sebagai mediator antara karyawan dengan Manajemen perusahaan dalam menjalankan fungsi serta memenuhi tujuan komunikasi

dalam organisasi melalui media komunikasi intranet PT.PLN (Persero) DJBB. Dimana dengan penelitian yang akan dilakukan penulis nanti akan terlihat bagaimana media komunikasi Intranet ini memenuhi kebutuhan informasi karyawan dalam perusahaan. Alasan peneliti memilih kantor PT.PLN (Persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten sebagai objek penelitian karena PT.PLN DJBB merupakan Unit PLN terbesar yang merupakan kantor pusat yang melayani kebutuhan listrik wilayah Jawa Barat dan Banten.



**Gambar 1.4 Area Pelayan dan Jaringan
PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten**

Sumber :Intranet PT.PLN (Persero) DJBB

Dengan banyaknya unit area pelayanan dan jaringan yang dipegang oleh PT.PLN DJBB informasi yang diberikan harus tersebar secara merata ke setiap unit sehingga kebijakan dan perkembangan perusahaan dapat tersampaikan.

Satuan PLN/Provinsi	Jumlah		
Wilayah Aceh	1.076	Dist. Jawa Timur	2.729
Wilayah Sumatera Utara	1.516	Dist. Jawa Tengah dan Yogyakarta	2.079
Wilayah Sumatera Barat	1.006	Dist. Jawa Barat dan Banten	3.085
Wilayah Riau	990	Dist. Jakarta Raya dan Tangerang	2.306
Wilayah Sumsel, Jambi, dan Bengkulu	1.101	PT Indonesia Power	3.553
Wilayah Bangka Belitung	365	PT PJB	2.531
Distribusi Lampung	660	P3B Jawa Bali	3.611
Wilayah Kalimantan Barat	1.096	Pembangkitan Tanjung Jati B	73
Wilayah Kalsel dan Kalteng	1.482	Unit Pembangkitan Jawa Bali	270
Wilayah Kalimantan Timur dan Utara	1.018		
Wilayah Sulut, Sulteng dan Gorontalo	1.436	J a w a	20.237
Wilayah Sulsel, Sultra dan Sulbar	1.994		
Wilayah Maluku dan Maluku Utara	846	PLN Kantor Pusat	1.356
Wilayah Papua	1.030	PLN Pusat Jasa	1.584
Distribusi Bali	896	Unit Induk Pembangunan	1.923
Wilayah Nusa Tenggara Barat	884	Anak Perusahaan lainnya	576
Wilayah Nusa Tenggara Timur	790		
PT PLN Batam	322	I n d o n e s i a	48.068
PT PLN Tarakan	86		
Kit Sumbagut	1.111		
Kit Sumbagsel	1.308		
P3B Sumatera	1.379		
Luar Jawa	22.392		

Gambar 1.5 Jumlah Pegawai PLN Tahun 2014

Sumber: Statistik PT.PLN 2014

Berdasarkan gambar 1.4 PT.PLN DJBB memiliki jumlah karyawan yang lebih banyak dibandingkan dengan kantor distribusi yang tersebar di wilayah lain yaitu 3.085 karyawan. dan peneliti fokus mengambil karyawan dari kantor pusat sebagai objek penelitian karena ingin mengetahui bagaimana pemenuhan kebutuhan informasi di lingkungan kantor PT.PLN DJBB di mana berperan sebagai pusat informasinya.

Berdasarkan latar belakang yang terpapar diatas, penulis mengangkat penelitian yang berjudul **“Pengaruh Media Komunikasi Intranet Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan (Studi Kasus pada PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten).”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah yang penulis angkat adalah sebagai berikut:

- 1 Penggunaan media komunikasi intranet pada PT.PLN (Persero) Distrbusi Jawa Barat dan Banten masih belum digunakan secara

maksimal, dimana masih ada karyawan yang belum memanfaatkan portal web tersebut sesuai dengan tujuan awal dibuat intranet ini, sehingga akhirnya menyebabkan kasus miskomunikasi seperti ketidaktahuan karyawan akan peraturan perusahaan, kurang mengertinya kebijakan baru yang disampaikan direksi, juga terlewatnya tanggal-tanggal penting untuk event tertentu.

2. Semua informasi sudah dicantumkan secara lengkap dan jelas di dalam web Intranet, tapi pada prakteknya karyawan lebih sering menggunakan telepon untuk bertanya langsung ke bagian administrasi SDM daripada memeriksa web Intranet terlebih dulu. Media internal yang penggunaannya paling interaktif di PT.PLN DJBB adalah telepon, namun tidak menjamin karyawan akan informasi terbaru mengenai perusahaan setiap hari. Berbeda dengan intranet, semua informasi terkait dengan karyawan dan perusahaan akan diperbaharui setiap harinya sehingga akan membuat karyawan tetap mengetahui dengan jelas sebenarnya ada apa saja yang sedang terjadi di lingkungan perusahaan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tanggapan dari karyawan mengenai media komunikasi Intranet PT.PLN DJBB?
2. Bagaimana tanggapan dari karyawan mengenai pemenuhan kebutuhan informasi melalui intranet di PT.PLN DJBB?
3. Bagaimana pengaruh media komunikasi Intranet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi karyawan PT.PLN DJBB?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana tanggapan dari karyawan mengenai media IntanetPT.PLN DJBB.

2. Mengetahui bagaimana tanggapan dari karyawan tentang pemenuhan kebutuhan informasi melalui intranet pada PT.PLN DJBB.
3. Mengetahui bagaimana pengaruh media komunikasi intranet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi karyawan PT.PLN DJBB.

1.6 Manfaat Penelitian

1) Bidang Akademis

Hasil penelitian mengenai media komunikasi internal perusahaan ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan di bidang manajemen media telekomunikasi yang sekarang ini sedang berkembang. Beberapa temuan yang terungkap dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu masukan bagi pihak akademisi khususnya mahasiswa, terutama untuk menambah wawasan serta memperluas pandangan mengenai media komunikasi intranet.

2) Bidang Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan yang bermanfaat bagi PT.PLN (Persero) DJBB khususnya yang menangani intranet dalam memberikan informasi bagi karyawannya dan sebagai masukan dan informasi bagi organisasi dan komunitas mengenai penggunaan media internal perusahaan sebagai alat penyebar informasi pada karyawan dan digunakan sebagai bahan referensi tambahan bagi pihak lain yang ingin mempelajari tentang media komunikasi Intranet.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Dengan mengacu pada kerangka pemikiran, pembatasan ruang lingkup penelitian ini hanya membahas mengenai pengaruh media komunikasi intranet terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan (PT.PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten). Penelitian ini mempunyai batasan yang bertujuan untuk menjaga konsistensi tujuan dari penelitian, sehingga masalah yang dihadapi lebih jelas, fokus dan terarah. Berikut merupakan rincian dari ruang lingkup penelitian :

1. Variabel dan subvariabel penelitian

Peneliti meneliti variabel X sebagai penggunaan media komunikasi intranet dan variabel Y sebagai pemenuhan kebutuhan informasi dan dimensi dari variabel X adalah intensitas, isi pesan dan hubungan individu dengan media dan dimensi dari variabel Y adalah kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan berkhayal.

2. Lokasi dan obyek penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Fakultas PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten. Objek penelitian ini adalah Karyawan PT. PLN Distibusi Jawa Barat dan Banten. Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 15 Mei 2015- 25 November. Pada penelitian ini kami menggunakan tingkat kesalahan 5% untuk memudahkan penulis dalam menghitung jumlah sampel.

1.8 Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab kedua mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat menguraikan hasil penelitian dan pembahasan secara kronologis dan sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Terakhir memaparkan kesimpulan dengan penafsiran dan pemaknaan terhadap hasil analisis temuan penelitian. Serta merumuskan saran secara kongkrit yang merupakan implikasi kesimpulan dan berhubungan dengan masalah dan alternatif pemecahan masalah.