DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

KATA PENGANTAR

ABSTRAK.....i

ABSTRACK.....ii

DAFTAR ISI.....iii

DAFTAR GAMBAR.....vii

DAFTAR TABEL.....viii

BAB I. PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Identifikasi Masalah.....7

1.3 Tujuan Penelitan.....8

1.4 Manfaat Penelitian.....8

1.4.1 Aspek Khusus.....8

1.4.2 Aspek Teoritis.....8

1.4.3 Aspek Praktis.....8

1.5 Tahapan Penelitian.....9

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....10

1.6.1 Lokasi Penelitian.....10

1.6.2 Waktu Penelitian.....10

BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....12

2.1 Penelitian Terdahulu.....12

2.1.1 Literature Review Skripsi.....12

2.1.2 Literature Review Jurnal.....15

2.2 Tinjaun Teori.....21

2.2.1 Komunikasi.....21

2.2.2 Komunikasi Organisasi.....24

2.2.3. *Human Relations*.....25

2.2.4 *Public Realtions*.....26

2.2.5 Media Internal Perusahaan.....29

2.2.6 Internet.....31

2.2.6.1 Media *On-line* (Internet).....32

2.2.6.2 Keunggulan Media *Online*.....32

2.2.7 Pengertian Intranet.....33

2.2.7.1 *Computer Mediated Communicated* (CMC).....33

2.2.7.2 Dimensi-dimensi *Computer Mediated Communication* (CMC).....34

2.2.8 Efektivitas.....35

2.2.9 Kebutuhan Informasi.....36

2.3 Kerangka Pemikiran.....38

2.4 Hipotesis.....39

BAB III. METODE PENELITIAN.....41

3.1 Pradigma Penelitian.....41

3.2 Metode Penelitian.....41

3.3 Objek penelitian.....42

3.3.1 Sekilas tentang PT. Bio Farma (Persero).....42

3.3.2 Sejarah Bagian *Corporate Communications*.....44

3.3.3 Strutur Organisasi *Corporate Communications* Bio Farma (Persero).....45

3.3.4 *Job Description*.....45

3.3.4.1 Kepala Bagian *Corporate Communications*.....45

3.3.4.2 Staf *Corporate Communications*.....46

3.3.4.3 Staf Seksi Hubungan Internal.....46

3.3.4.4 Staf Seksi Hubungan Eksternal.....46

3.3.4.5 Staf *News and Informations*.....47

3.4 Operasional Variabel.....47

3.4.1 Variabel.....47
3.4.2 Skala Pengukuran.....48
3.5 Populasi dan Sampel.....49
3.5.1 Populasi.....49
3.5.2 Sampel.....49
3.5.3 Teknik Sampling.....50
3.6 Pengumpulan Data.....51
3.6.1 Data Primer.....51
3.6.2 Data Sekunder.....51
3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....52
3.7.1 Uji Validitas.....52
3.7.2 Uji Reliabilitas.....53
3.8 Teknik Analisis.....55
3.8.1 Statistik Deskriptif.....55
3.8.2 Rank Order Mean.....55
3.8.3 Uji Hipotesis (t-test satu sampel).....57
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....59
4.1 Karakteristik Responden.....59
4.1.1Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....59
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia.....60
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....62
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaa.....63
4.2 Hasil Penelitian.....65
4.2.1 Hasil Media Intranet Memiliki Kecepatan Informa.....65
4.2.2 Hasil Media Intranet memiliki Kebutuhan Informasi Karyawan.....69

4.2.3 Hasil Media Intranet sebagai pengetahuan informasi Karyawan.....72

4.2.4 Hasil Pengukuran Efektivitas Media Internal Intranet.....78

4.2.5 Uji Hipotesis (t-test satu sampel).....80

4.2.5.1 Pengujian Hipotesis Efektivitas Media Intranet Memiliki Kecepatan Informasi.....81

4.2.5.2 Pengujian Hipotesis Efektivitas Media Intranet mempunyai kebutuhan informasi.....82

4.2.5.3 Pengujian Hipotesis Efektivitas Media Intranet Sebagai Pengetahuan Informasi.....83

4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....84

4.3.1 Sub Variabel *Accessbility*.....88

4.3.2 Sub Variabel *Speed*.....88

4.3.3 Sub Variabel *Amount*.....89

4.3.4 Sub Variabel *Relevance*.....89

4.3.5 Sub variabel *Cognitive Effectiveness*.....89

4.3.6 Sub Variabel Motivating.....90

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....91

5.1 Kesimpulan.....91

5.2 Saran.....93

5.2.1 Saran Praktis.....93

5.2.2 Saran Akademis.....94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN