

**PENGGUNAAN WEBSITE INTERNAL DAN KEPUASAN  
INFORMASI BAGI KARYAWAN KANTOR WALIKOTA  
JAKARTA BARAT**

**Skripsi**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

**Oleh**

**SISKA MARSELA AMANDA**

**N.I.M : 2007-52-126**

**Konsentrasi : Ilmu Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL**

**JAKARTA**

**2012**

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI ILMU HUBUNGAN MASYARAKAT**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Siska Marsela Amanda  
NIM : 2007-52-126  
Konsentrasi : Ilmu Hubungan Masyarakat  
Judul : Penggunaan Website Internal dan Kepuasan Informasi bagi  
Karyawan Kantor Walikota Jakarta Barat

Jakarta, 7 Juli 2012

Ketua Bidang Konsentrasi

Pembimbing

( Sumartono, MSi )

( Dr. Halomoan Harahap )

**UNIVERSITAS ESA UNGGUL**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI ILMU HUBUNGAN MASYARAKAT**

**TANDA PENGESAHAN SKRIPSI**

Telah Diuji di Jakarta,

Dinyatakan : (Lulus/Tidak Lulus)

Nama : Siska Marsela Amanda

N.I.M : 2007-52-126

Judul : Penggunaan Website Internal dan Kepuasan Informasi bagi Karyawan Kantor  
Walikota Jakarta Barat

Sidang Penguji

Penguji Ketua,

(Dr. Halomoan Harahap)

Penguji Anggota,

Penguji Anggota,

( Drs. Jamiluddin Ritonga, MS )

( Dani V. Noor,M.Si )

## **ABSTRAK**

Nama/NIM : Siska Marsela Amanda / 2007-52-126

Judul : Penggunaan Media Internal dan Kepuasan Informasi Bagi Karyawan Kantor Walikota Jakarta Barat

Jumlah Halaman : vii; 47 ; 12 tabel; 14 lampiran

Kata Kunci : Penggunaan website, Walikota Jakarta Barat

Daftar Pustaka : 18 judul, 1 sumber lain

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan website dan kepuasan informasi bagi karyawan Walikota Jakarta Barat. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survey dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Penggunaan website pada karyawan adalah tinggi dikarenakan website tersebut dinilai dapat menambah pengetahuan seputar informasi Jakarta Barat. Sedangkan kepuasan informasi dinilai tinggi karena website tersebut memiliki informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Penulis menyarankan pengelola website Walikota Jakarta Barat perlu lebih mengetahui kebutuhan karyawan terutama dari informasi khususnya dalam hal penggunaan media mulai dari isi rubrik agar pembaca mendapatkan kepuasan informasi dari website Walikota Jakarta Barat.

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah saya panjatkan doa kepada Allah SWT, karena telah memberikan semangat dan kesehatan dalam menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “Pemanfaatan website bagi karyawan kantor Walikota Jakarta Barat”. Penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Skripsi ini selesai tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang membantu penulis. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Untuk orang tuaku, mama dan papa yang selalu memberikan doa, semangat, dan kasih sayangnya yang tiada henti untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.
2. Drs. Indrawadi Tamin, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul
3. Bapak Drs. Halomoan Harahap, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan meluangkan waktu, dan memberikan petunjuk serta bimbingan terhadap penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, atas dukungan dan kerjasamanya selama penulis menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.
5. Untuk sahabatku Ani dan Dona yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan informasi dalam penelitian yang dilakukan penulis
6. Untuk adikku tersayang, Shelly Angelina yang telah membantu penulis selama penulis menyelesaikan skripsi dan untuk Rachman yang telah memberikan kasih sayang dan perhatian untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Staff Kantor Walikota Jakarta Barat terima kasih untuk waktu, dan data-data yang diberikan kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
8. Untuk seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan doa yang tulus sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.

Penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan semua pihak yang memerlukannya. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Berkenaan dari hal tersebut penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk membangun serta masukan dari pembaca demi melengkapi laporan ini.

Terima Kasih.

Jakarta, 10 Juli 2012

Penulis

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian .....	3
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.5 Sistematika Penulisan .....	4
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Public Relations .....	6
2.2 Public Relations Internal.....	7
2.3 Media .....	9
2.4 Fungsi Media Internal.....	9
2.5 Penggunaan.....	10
2.6 Kepuasan Informasi .....	12
2.7 Uses And Gratification Model.....	14
2.8 Operasional Variabel .....	16
2.9 Kerangka Pemikiran .....	18

### BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian .....	19
3.2 Bahan Penelitian dan Unit Analisis .....	19
3.3 Populasi dan Sampel.....	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	23
3.6 Pelaksanaan Penelitian.....	27
3.7 Analisis Data.....	27

### BAB IV : HASIL PENELITIAN

4.1 Walikota Jakarta Barat.....	30
4.1.1 Suku Dinas Komunikasi Informatika dan Kehumasan.....	31
4.2 Website Kantor Walikota Jakarta Barat.....	36
4.3 Hasil Penelitian.....	37
4.3.1 Identitas Responden .....	37
4.4 Penggunaan Website Kantor Walikota Jakarta Barat .....	40
4.4.1 Tingkat Penggunaan .....	40
4.4.2 Tingkat Kepuasan.....	41
4.5 Pembahasan .....	42

### BAB V : PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran .....	47

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
3.1 Pembagian Populasi Berdasarkan Unit Kerja .....	20
3.1 Jumlah sample.....	22
4.1 Komposisi Responden Berdasarkan Unit Kerja.....	38
4.2 Komposisi Responden Berdasarkan Umur .....	38
4.3 Komposisi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
4.4 Komposisi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	39
4.5 Komposisi Responden Berdasarkan Masa Kerja .....	40
4.6 Penggunaan <i>website</i> Walikota Jakarta Barat.....	40
4.7 Kepuasan Informasi Terhadap <i>website</i> Walikota Jakarta Barat.....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Surat Persetujuan Riset di Kantor Walikota Jakarta Barat

Surat Permohonan Riset dari Fakultas Ilmu Komunikasi

Daftar Kuesioner

Tabel Induk

Tabel Test-Retest

Bagan Susunan Organisasi Kota Administrasi

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kantor Walikota Jakarta Barat memiliki fungsi Humas yaitu Suku Dinas Kominfomas yang berada dibawah Dinas Komunikasi dan Informatika. Humas Walikota Jakarta Barat memiliki beberapa program kerja. Humas internal di Walikota Jakarta Barat memiliki tugas yakni membuat siaran pers, kliping koran dan mengelola *website* Humas. Sedangkan Humas eksternal Walikota Jakarta Barat memiliki tugas mengadakan konferensi pers, kunjungan media massa, dokumentasi, mengadakan sosialisasi dan pameran.

Membuat siaran pers oleh Humas Walikota Jakarta Barat bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada publik yang tersebar secara geografis dan menggunakan media massa untuk menyampaikannya. Program kerja Humas walikota Jakarta Barat lainnya yaitu mengadakan jumpa pers atau konferensi pers, Konferensi pers bertujuan untuk memberikan penjelasan kinerja organisasi atau instansi sepanjang tahun.

Konferensi pers juga bertujuan untuk menyampaikan informasi yang berkaitan dengan isu mengenai instansi yang disampaikan kepada wartawan. Setelah informasi disampaikan, maka pihak wartawan memiliki kebebasan untuk mengembangkan informasi yang diperoleh dalam konferensi pers tersebut.

Program kerja Humas Walikota Jakarta Barat lainnya adalah melakukan kegiatan kunjungan (*company visit*), kegiatan kunjungan perusahaan yang dilakukan oleh Humas Walikota Jakarta Barat bertujuan untuk membina hubungan yang harmonis dan *favourable* antara instansi dengan perusahaan lain.

Humas eksternal Walikota Jakarta Barat juga mengadakan sosialisasi ke warga-warga di wilayah Jakarta Barat. Sosialisasi adalah proses pemberitahuan, pengumuman secara besar-besaran, mengabarkan pada khalayak, tentang sesuatu yang penting atau sesuatu yang harus segera diketahui oleh masyarakat. Kegiatan Humas Pemkot Jakarta Barat yang melakukan sosialisasi kepada masyarakat luas contohnya mengenai Sosialisasi DBD dan KB.

Humas internal di Walikota Jakarta Barat bertugas menyusun klipng dari berbagai media cetak mengenai berita tentang wilayah Jakarta Barat. Hal ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang sedang dihadapi oleh warga khususnya di wilayah Jakarta Barat. Selain menyusun klipng berita, Humas Walikota Jakarta Barat bertugas mengelola website instansi.

*Website* merupakan salah satu media untuk menyampaikan informasi tentang walikota Jakarta Barat, informasi yang disampaikan berupa berita-berita tentang program kegiatan yang dilakukan oleh Walikota Jakarta Barat serta staff-staff di kantor walikota.

Setiap perusahaan atau instansi berusaha untuk mengembangkan komunikasi yang efektif yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi dan mewujudkan tujuan dari instansi tersebut. Media yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut diantaranya melalui media cetak dan media elektronik seperti *website* internal. Media internal merupakan alat komunikasi yang dapat memberikan informasi kepada khalayaknya yaitu karyawan.

*Website* Walikota Jakarta Barat ditujukan secara umum, khalayak dapat mengakses *website* tersebut. Selain khalayak umum *website* ini juga ditujukan sebagai penghubung antara karyawan dengan karyawan, Humas berperan sebagai penghubung atau jembatan komunikasi antara organisasi dengan publik, baik dengan publik

internal maupun eksternal. Karena pada dasarnya fungsi humas yaitu menciptakan hubungan baik dengan segenap publik organisasi atau instansi dalam hal menumbuhkan saling pengertian demi tercapainya tujuan bersama didalam instansi.

Dalam komunikasi suatu instansi atau organisasi, media internal merupakan sarana untuk mendapatkan informasi mengenai instansi serta meningkatkan produktivitas dan kinerja. Dengan komunikasi yang lancar antara atasan dengan bawahan maka akan menciptakan hubungan baik dengan segenap publik internal atau instansi dan diharapkan dapat memenuhi kebutuhan penggunaannya dalam hal kepuasan informasi.

Selain menumbuhkan hubungan yang harmonis, media pun dapat menambah wawasan dan pengetahuan karyawan. Tetapi dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui penggunaan media website Walikota Jakarta Barat seperti karyawan yang langsung membaca isi website tersebut atau hanya melihat-lihat isi dari website tersebut, atau ada karyawan yang secara detail membaca seluruh rubrik dari website tersebut. Sehingga dari penggunaan *website* tersebut penulis ingin mengetahui apakah terdapat kepuasan informasi bagi karyawan yang membaca website Walikota Jakarta Barat.

Data mengenai hal itu belum tersedia, karena itu penulis tertarik untuk menjadikannya masalah penelitian dengan judul penggunaan media internal website dan kepuasan informasi bagi karyawan Walikota Jakarta Barat.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berkaitan dengan latar belakang penelitian diatas, maka penulis ingin mengetahui “Sejauh mana penggunaan media internal *website* dan kepuasan informasi bagi karyawan Walikota Jakarta Barat?”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas dapat dilihat bahwa penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui penggunaan media internal *website* pada karyawan Walikota Jakarta Barat.
2. Mengetahui kepuasan informasi dari penggunaan media internal *website* pada karyawan Walikota Jakarta Barat.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam mengembangkan ilmu komunikasi pada umumnya dan ilmu hubungan masyarakat, dalam hal ini mengenai media.

#### b. Manfaat Praktis

Bermanfaat sebagai bahan masukan, khususnya bagi humas Walikotamadya Jakarta Barat dalam mengelola website.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini berisi lima bab, di mana antar bab saling berkaitan.

#### Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi Latar Belakang, Masalah Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

#### Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi Kerangka Teori, Operasionalisasi Variabel dan Kerangka Pemikiran.

### Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi Desain Penelitian, Populasi dan Sample, Bahan Penelitian dan Unit Analisis, Teknik Pengumpulan Data, Reliabilitas dan Validitas, Teknik Analisis Data.

### Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisi Subjek Penelitian, Hasil Penelitian dan Pembahasan.

### Bab V Penutup

Bab ini berisi Kesimpulan dan Saran.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Public Relations

Menurut Frank Jefkins (2003:9), humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang spesifik yang berlandaskan saling pengertian.

Dengan kata lain, humas atau *public relations* merupakan suatu kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk membina hubungan dan memperoleh citra yang baik antara publik (internal dan eksternal) dengan organisasi atau perusahaan untuk mencapai saling pengertian dan kepentingan bersama serta tercapainya tujuan bersama.

Menurut Cutlip, Center & Broom dalam buku Soemirat (2000:4), menyatakan *public relations* adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan berbagai publiknya.

Sedangkan definisi *public relations* menurut W. Emerson Reck yang dikutip Abdurrachman (2001:25) menyatakan, *public relations* adalah kelanjutan dari proses penempatan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari mereka. Pelaksanaan kebijaksanaan pelayanan dan sikap untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.

Menurut William F. Arens yang dikutip oleh Stevanny (2009:3) *public relations* adalah fungsi manajemen yang memfokuskan diri pada membangun/mengembangkan relasi serta komunikasi yang dilakukan individu maupun organisasi terhadap organisasi terhadap publik guna menciptakan hubungan saling menguntungkan.

Dari definisi diatas, penulis menyimpulkan bahwa Humas adalah komunikasi yang direncanakan dan dirancang untuk mempengaruhi publik dalam upaya mengimplementasikan suatu kebijakan atau program yang telah direncanakan, baik untuk kepentingan umum maupun kepentingan organisasi guna mempertahankan citra positif bagi perusahaan atau organisasi. Dan dalam pelaksanaannya *public relations* menggunakan komunikasi untuk memberitahu, mempengaruhi dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik dan sarannya.

Agar lebih efisien dalam penyebaran informasi untuk pembentukan citra dan opini publik, seorang *public relations* membutuhkan suatu media.

## 2.2 Public Relations Internal

Pada umumnya kegiatan *Public Relations* ditujukan kepada dua jenis sasaran/publik internal dan publik eksternal. Kedua publik ini dapat pula dikenal dengan istilah *stakeholder*. Atas dasar kedua jenis sasaran/publik tersebut, maka sifat hubungannya pun dapat dibagi kedalam dua jenis hubungan yaitu yang disebut dengan internal dan eksternal relations. Publik internal adalah publik yang berada didalam organisasi dan yang dimaksud dengan publik eksternal yaitu publik yang berada di luar organisasi.

Public Internal pada pemerintahan Menurut Firsan (2009:7) terdiri dari karyawan, manajer, supervisor, serikat pekerja, dan dewan direksi. Tujuan adanya hubungan dengan publik internal adalah : Untuk menciptakan hubungan baik

yang harmonis, dalam rangka memperoleh kesediaan kerjasama (*cooperation*) diantara orang-orang yang menjadi bagian dari organisasi/instansi/perusahaan serta memungkinkan orang-orang tersebut untuk ikut berpartisipasi lebih tinggi dengan mendapatkan kepuasan dari hasilnya (Yulianita, 2000 : 59).

Kegiatan *internal public relations* adalah kegiatan hubungan yang ada dalam suatu lembaga atau organisasi. Jadi penekanannya hanya pada publik yang menurut Effendy, dalam bukunya "Human Relations and Public Relations dalam Manajemen", adalah : bahwa yang termasuk publik internal, ialah para karyawan (*employee*) dan para pemegang saham (*stockholders*). Berdasarkan pengelompokan itu, maka terdapat hubungan khusus dengan mereka, yakni yang biasa disebut "hubungan dengan karyawan" (*employee relations*) dan hubungan dengan pemegang saham (*stockholder relations*) (Effendy, 1986:144).

Sedangkan menurut Kustadi (2004;78) yaitu Target kegiatan PR dalam konteks ini adalah menjaga suasana diantara para karyawan di dalam badan atau perusahaan. Bagaimana menciptakan komunikasi efektif, keserasian hubungan antara pimpinan dan bawahan, sehingga dapat memperkuat tim kerja perusahaan. *Internal Public Relations* juga harus melakukan upaya-upaya untuk dapat memecahkan permasalahan dalam lingkungan internal perusahaan. Seperti bagaimana memelihara hubungan baik antara pimpinan dengan bawahan, mempertinggi produktivitas sumber daya manusia (SDM) dalam perusahaan, menggerakkan para pegawai agar memberikan pelayanan maksimal kepada publik, mengadakan komunikasi teratur dan tepat guna dalam perusahaan secara vertikal dan horisontal, mempertinggi kecakapan dan pengetahuan SDM perusahaan, memberikan hiburan dan kesempatan bersantai bagi pegawai, meningkatkan kebersihan, ketertiban, serta keindahan perusahaan dan lingkungannya, mengintegrasikan keluarga pegawai ke dalam kehidupan perusahaan,

memelihara kesejahteraan pegawai atas usaha sendiri.

Dari definisi diatas, penulis menyimpulkan *public relations* internal adalah publik yang berada di dalam organisasi, *public relations* internal berfungsi untuk menjaga suasana diantara para karyawan di dalam badan atau perusahaan. *Public relations* internal bertugas menyebarkan informasi kepada pihak dalam perusahaan atau organisasi, Agar lebih efisien *public relations* membutuhkan suatu media. Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan.

## 2.3 Media

Menurut Firsan (2007:205) media dapat diartikan sebagai alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Berdasarkan sifatnya media terdiri dari dua yaitu media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti surat kabar, pamflet, bulletin dan lain-lain. Dan media elektronik seperti radio, televisi, website dan lain-lain.

Menurut Assumpta (2005:117) media merupakan bentuk jamak dari medium. Dalam ilmu komunikasi media diartikan sebagai :

- a. Saluran
- b. Sarana penghubung
- c. Alat-alat komunikasi

Media *public relations* adalah berbagai macam sarana penghubung yang dipergunakan seorang *public relations* dengan publiknya, yaitu *public internal* maupun *public eksternal* untuk membantu pencapaian tujuan.

## 2.4 Fungsi Media Internal

Fungsi media *Public Relations* dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- a. Media Internal

Menurut Soenarno (2007:139) Media Internal mempunyai 2(dua) fungsi,

yaitu fungsi edukatif dan fungsi hiburan. Dalam fungsi edukatif, Media Internal dapat dijadikan sosialisasi nilai-nilai inti (core values) yang dimiliki perusahaan. Visi dan misi perusahaan dapat ditampilkan sedemikian rupa sehingga menarik minat karyawan untuk membaca. Beberapa artikel juga dapat disisipkan sebagai bahan referensi karyawan dalam melakukan pekerjaan. Hal ini dapat membuat karyawan memahami nilai-nilai inti yang dianut serta terhubung dengan visi misi yang ditetapkan perusahaan.

Sedangkan dalam fungsi hiburan, Media Internal dapat dijadikan media untuk melepas kepanatan. Rubrik humor yang memuat kisah lucu dapat memancing tawa pembaca, serta liputan kegiatan yang menampilkan foto-foto karyawan dalam mengikuti sebuah acara di perusahaan juga dapat memberikan kebanggaan sendiri bagi karyawannya yang muncul dalam media internal perusahaan.

## 2.5 Penggunaan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata penggunaan berasal dari kata dasar “guna” yang berarti faedah : manfaat. Sedangkan penggunaan berarti proses, cara, perbuatan menggunakan sesuatu atau pemakaian (2008:466).

Perhatian utama dari penggunaan media adalah dalam suatu instansi, pembuatan media internal lebih mencerminkan kepada tujuan-tujuan khalayak penerima daripada tujuan-tujuan komunikator. Suprpto (2006:40).

Karyawan dalam suatu instansi cenderung membutuhkan informasi yang dapat menambah pengetahuan mengenai bidang pekerjaan, media memberikan pengaruh terhadap kinerja karyawan yang mengkonsumsi media.

Dari pengertian diatas penulis menyimpulkan arti dari kata penggunaan adalah pemakaian atas sesuatu. Penggunaan yang dimaksud adalah media internal berupa website untuk mengetahui kepuasan informasi.

Penggunaan media menurut Blumer dalam Rakhmat (2009:66), tiga orientasi motif dalam penggunaan media, yaitu:

1. Orientasi Kognitif (kebutuhan akan informasi, surveillance, atau eksplorasi realitas) adalah kognisi yang mendasari tingkah seseorang untuk mengetahui sesuatu. Seseorang yang menggunakan media massa untuk memperoleh sesuatu dan untuk memuaskan keinginannya dalam memperoleh pengetahuan secara umum.
2. Diversi yaitu kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan.
3. Identitas personal (menggunakan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting dalam kehidupan situasi khalayak tersendiri) adalah identitas pribadi atau psikologi individu yaitu penguatan nilai atau penambah keyakinan, pemahaman diri dan sebagainya.

Penggunaan media terbagi atas tiga dimensi, yaitu:

1. Jumlah waktu

Dimensi ini menyajikan informasi perihal data kebutuhan akan informasi dan surveillance.

2. Jenis Isi media

Dimensi ini menyajikan informasi perihal data kebutuhan akan pelepasan dari tekanan dan kebutuhan akan hiburan.

### 3. Hubungan

Dimensi ini menyajikan perihal data tentang bagaimana penggunaan isi media untuk memperkuat atau menonjolkan sesuatu yang penting bagi komunikasi dalam karier dan lainnya.

## 2.6 Kepuasan Informasi

Kepuasan adalah ukuran yang menunjukkan tingkat dimana organisasi memenuhi kebutuhan karyawannya. (Sofyandi & Garniwa, 2007:43). Organisasi sebagai suatu sistem sosial yang menuntut agar diperhatikan beberapa pertimbangan yang bermanfaat bagi karyawan.

Teori kepuasan mendasarkan atas faktor-faktor kebutuhan dan kepuasan individu yang menyebabkannya bertindak serta berperilaku tertentu. (Hasibuan, 2005:152).

Menurut Kotler (1997:36) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerjanya atau hasil produk dan harapan-harapannya. Sedangkan menurut Muhammad (2005:88) kepuasan anggota organisasi terhadap informasi yang tersedia menunjukkan bagaimana informasi yang tersedia tersebut memenuhi persyaratan permintaan anggota organisasi akan tuntutan bagi informasi, dari siapa datangnya, cara disebarluaskan, bagaimana diterima, diproses dan apa respons orang yang menerima.

Individu memilih media apa yang akan dimanfaatkannya dalam usaha mencari kepuasan informasi. Dari hal tersebut, tercipta suatu pemenuhan kebutuhan dan hal-hal lain yang dapat dihasilkan dalam pemanfaatan media seperti pengetahuan dan sikap.

Menurut Kriyantono (2006:211) ada dua konsep kepuasan yang berhubungan dengan gratifikasi media yaitu:

1. Gratification Sought yaitu kepuasan yang dicari atau diinginkan pengguna ketika menggunakan suatu jenis media tertentu. Dengan kata lain, pengguna akan memilih atau tidak memilih suatu media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu yaitu didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan yang ingin dipenuhi.
2. Gratification obtained yaitu sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu tersebut menggunakan media.

Katz, Gurevich dan Haas (1973) memandang media massa sebagai suatu alat yang digunakan oleh individu-individu untuk berhubungan (atau memutuskan hubungan) dengan yang lain dan membuat literatur tentang fungsi-fungsi sosial dan psikologis media massa kemudian menggolongkannya kedalam lima kategori yaitu: (Severin dan Tankard, 2001:358).

1. Kebutuhan kognitif; memperoleh informasi, pengetahuan dan pemahaman.
2. Kebutuhan afektif; emosional, pengalaman menyenangkan atau estetis.
3. Kebutuhan integratif personal; memperkuat kredibilitas, rasa percaya diri, stabilitas dan status.
4. Kebutuhan integratif sosial; mempererat hubungan dengan keluarga, teman dan sebagainya.
5. Kebutuhan pelepasan ketegangan; pelarian.

Dari pengertian diatas, penulis menyimpulkan kepuasan adalah perasaan senang dari mengkonsumsi barang atau jasa yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan dan harapannya. Dalam penelitian ini, rasa puas akan muncul setelah karyawan menggunakan atau membaca media internal website karena kebutuhan dan keinginan karyawan akan informasi telah terpenuhi atau mencapai harapan.

## 2.7 *Uses and gratification model*

Menurut Elvinaro (2005:70) *Uses and gratification model* (model kegunaan dan kepuasan) merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

*Uses and gratification model* meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan *uses and gratification model* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan.

Menurut Kriyantono (2006:203) Riset *uses & gratification* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan memengaruhi khalayak. Inti Teori *Uses & Gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif.

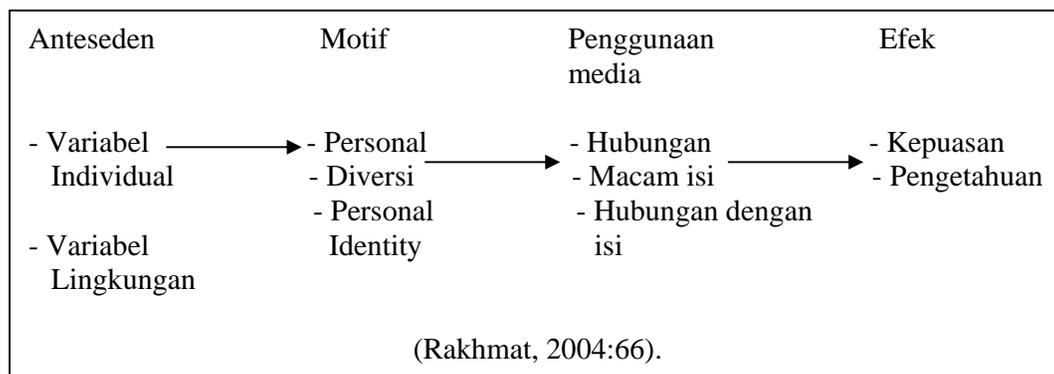
Menurut Blummer dan Katz, model *uses and gratification* pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam memenuhi kebutuhannya (Hidayat, 2007:192)

Dalam masalah penelitian ini, tindakan komunikasi berawal dari humas Walikota Jakarta Barat sebagai komunikator yang menyampaikan pesan atau isi pernyataan berupa informasi mengenai instansi dengan menggunakan media komunikasi internal instansi (website) yang ditujukan bagi seluruh pegawai Walikota Jakarta Barat.

*Website* di Walikota Jakarta Barat pada umumnya dinilai lebih efektif dalam memberikan informasi mengenai instansi, mensosialisasikan kebijakan baru, dan sebagainya. Hal-hal ini sangat dibutuhkan untuk menambah wawasan, membangun hubungan baik serta dapat meningkatkan produktivitas dalam bekerja. Berdasarkan penjelasan tersebut, humas menggunakan media internal (website) untuk mendapatkan hasil positif untuk mencapai tujuan, yaitu perubahan yang terjadi pada karyawan sebagai efek pesan yang dilakukan humas melalui media internal.

Teori ini diperjelas dengan gambar dibawah ini:

Bagan 2.1



## 2.8 Operasional Variabel

Definisi operasional adalah suatu informasi ilmiah yang amat membantu peneliti lain yang ingin menggunakan variable yang sama, atau dapat dikatakan operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. (Singarimbun, 2006:46)

Sedangkan variabel menurut Kriyantono (2006:20) adalah suatu konstruk yang sifat-sifatnya sudah diberi nilai dalam bentuk bilangan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga variabel yaitu:

### **A. Variabel X : Penggunaan**

Indikatornya untuk mengukur variabel penggunaan media internal sebagai berikut:

1. Karyawan membuka website <http://barat.jakarta.go.id> setiap hari kerja.
2. Karyawan membaca rubrik beranda di website <http://barat.jakarta.go.id> untuk mengetahui info terbaru instansi.
3. Karyawan Membaca seluruh isi dari rubrik website Walikota Jakarta Barat.
4. Durasi membaca seluruh isi website <http://barat.jakarta.go.id> selama >1jam.
5. Karyawan memberikan kritik dan saran serta mendapatkan feedback mengenai pelayanan di kantor Walikota Jakarta barat melalui rubrik Jajak Pendapat.

Atribut:

- a. Tinggi, Jika memenuhi skor 4-5
- b. Sedang, Jika memenuhi skor 2-3
- c. Rendah, Jika memenuhi skor 0-1

**B. Variabel Y : Kepuasan informasi**

## 1. Kepuasan informasi berdasarkan kebutuhan kognitif

Indikatornya:

Media internal website memberikan informasi, pengetahuan dan pemahaman seputar aktivitas instansi yang dimuat di halaman beranda.

## 2. Kepuasan informasi berdasarkan kebutuhan integratif personal

Indikatornya:

Media internal website dapat meningkatkan kredibilitas dan rasa percaya diri karyawan.

## 3. Kepuasan informasi berdasarkan kebutuhan integratif sosial

Indikatornya:

Media internal website dapat mempererat hubungan dengan sesama karyawan.

## 4. Kepuasan Informasi berdasarkan kebutuhan pelepasan ketegangan

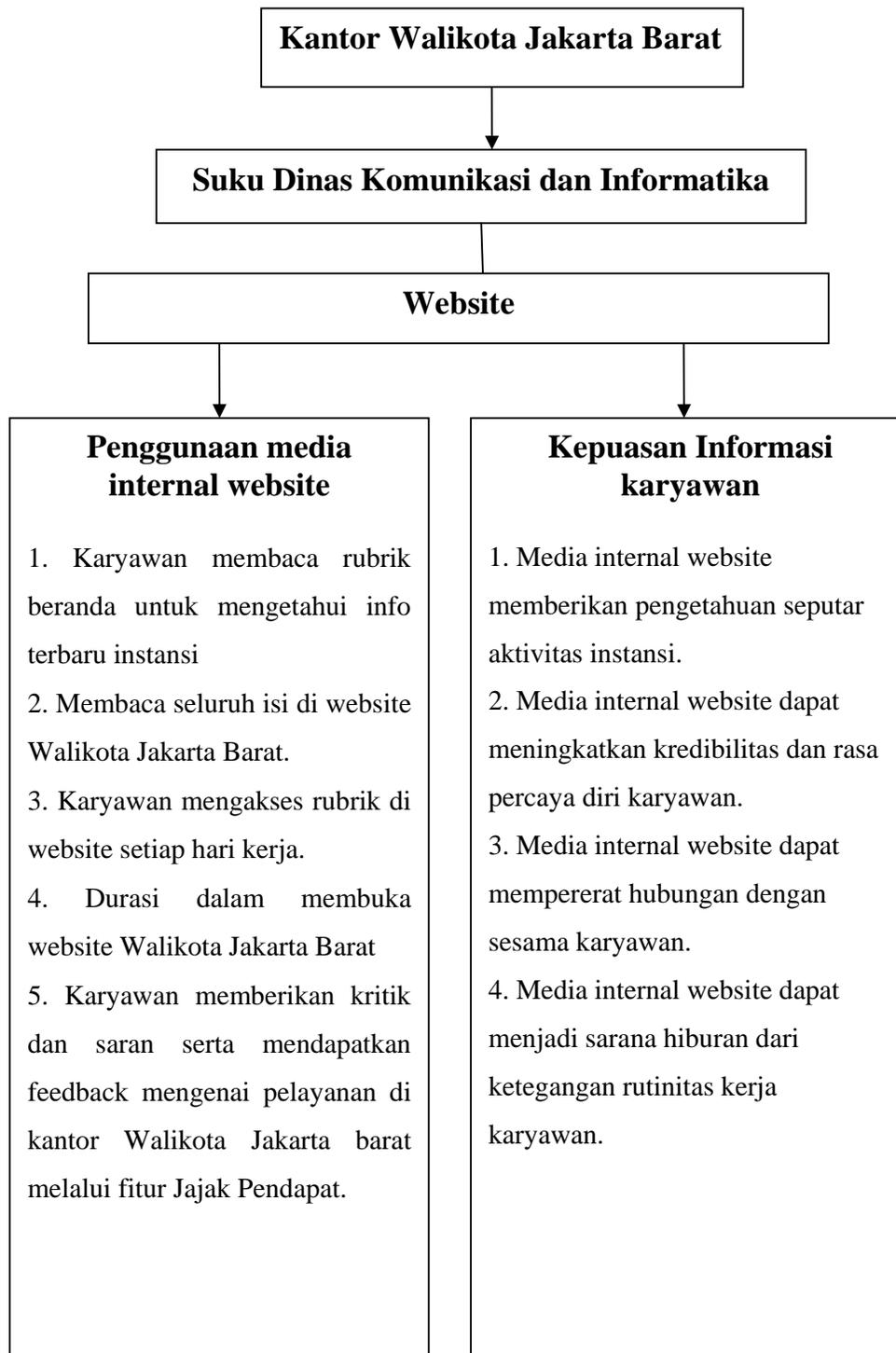
Indikatornya:

Media internal website dapat menjadi sarana hiburan dari ketegangan rutinitas kerja karyawan.

Atributnya adalah:

- a. Sangat puas, jika memenuhi skor 21-25
- b. Puas, jika memenuhi skor 16-20
- c. Kurang puas, jika memenuhi skor 11-15
- d. Tidak puas, jika memenuhi skor 5-10
- e. Sangat tidak puas, jika memenuhi skor < 5

## 2.9 Kerangka Pemikiran



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Disain Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif, yakni suatu metode yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara variabel yang diteliti, dalam hal ini adalah variabel pemanfaatan media internal website dengan kepuasan informasi karyawan Walikota Jakarta Barat. Untuk mencapai tujuan tersebut perlu dilakukan metode penelitian. Penulis memilih menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Survey menurut Masri Singarimbun & Sofyan (1995:117) adalah penelitian yang mengambil dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok dan analisis dalam penelitian survey adalah individu.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan deskriptif, penelitian deskriptif menurut Rakhmat (2007:24) hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan penggunaan media internal website dengan kepuasan informasi bagi karyawan Walikota Jakarta Barat.

#### 3.2. Bahan Penelitian dan Unit Analisis

Bahan penelitian disebut juga subyek penelitian yaitu tempat pengambilan informasi guna mengukur variabel-variabel yang terdapat dalam masalah pokok

penelitian. Yang menjadi bahan penelitian dan unit analisis dalam penelitian ini ada 2 (dua), yaitu penggunaan *website* dan kepuasan informasi.

Sumber data bagi penulis untuk memperoleh informasi yang dapat membantu pelaksanaan penelitian adalah dari para responder, yaitu karyawan Walikota Jakarta Barat khususnya yang akan mengisi kuesioner yang disebarakan oleh peneliti.

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Pengertian populasi (universal), menurut Sugiyono (2006:72), adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari ; objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. Menurut Indriantono dan Supomo (2002:115), yakni masalah populasi timbul terutama pada penelitian opini menggunakan metode survey, sebagai teknik pengumpulan data.

Berdasarkan pengertian tersebut dikaitkan dengan penelitian ini yang dimaksud populasi adalah karyawan Walikota Jakarta Barat, yang bertempat di gedung A dan menduduki posisi staff. Pemilihan karakteristik populasi ini dikarenakan mereka adalah orang yang berpengaruh dalam hal melakukan kegiatan.

Populasi di kantor Walikota Jakarta Barat sebagai berikut :

**TABEL 1**  
**Pembagian Populasi berdasarkan Unit Kerja**

<b>No</b>	<b>Unit Kerja</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>
1	Prasarana & Sarana Kota	14
2	Tata Ruang Lingkungan Hidup	23
3	Umum & Protokol	16
4	Suku Dinas Sosial	22
5	Bagian Pemberdayaan Masyarakat	17
6	Bagian Kesejahteraan Sosial	15
7	Bagian Ketatalaksanaan	18
8	Bagian Kepegawaian	33
9	Suku Dinas Pekerjaan Umum Tata air	76
	<b>Jumlah</b>	<b>234</b>

### 3.3.2. Sampel

Kriyantono mengatakan bahwa sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. (2010:153)

Subiakto (dalam Kriyantono, 2010:163) menjelaskan bahwa mengenai besar sampel tidak ada ketentuan pasti, yang penting dalam hal ini representatif. Sampel yang diambil sebagian dari jumlah karyawan dengan menggunakan sampel staratifikasi.

Sampel staratifikasi teknik acak sederhana atau sistematis hanya cocok dipakai pada populasi yang homogen. Namun dalam kenyataannya, jarang sekali ada populasi yang homogen. Umumnya anggota populasi terdiri dari beragam orang dengan karakter yang berbeda.

Dalam teknik acak stratifikasi, sebelum sampel diambil dari populasi, kita melakukan stratifikasi terlebih dahulu berdasarkan karakteristik tertentu. Sampel yang diambil disesuaikan dengan proporsi dari populasi.

Teknik acak stratifikasi terbagi dalam dua jenis yaitu sampel acak stratifikasi proposional dan sampel acak stratifikasi tidak proposional. Dalam teknik ini penulis mengambil sampel acak stratifikasi proposional, jumlah proporsi tiap-tiap strata dalam sampel ditentukan secara proposional sesuai dengan besarnya dalam populasi. Proporsi atau strata terbesar akan mendapatkam sampel lebih besar dibandingkan dengan strata yang lebih kecil. Elvinaro (2010:173-174).

Dari jumlah karyawan di kantor Walikota Jakarta Barat diambil 20% dari total populasi yang sudah dianggap memadai.

**TABEL 2**  
**Jumlah sampel**

<b>No</b>	<b>Unit Kerja</b>	<b>Jumlah Karyawan</b>	<b>Sampel</b>
1	Prasarana & Sarana Kota	14	3
2	Tata Ruang Lingkungan Hidup	23	5
3	Umum & Protokol	16	3
4	Suku Dinas Sosial	22	4
5	Bagian Pemberdayaan Masyarakat	17	3
6	Bagian Kesejahteraan Sosial	15	3
7	Bagian Ketatalaksanaan	18	4
8	Bagian Kepegawaian	33	7
9	Suku Dinas Pekerjaan Umum Tata air	76	15
	<b>Jumlah</b>	<b>234</b>	<b>47</b>

### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. (Kriyantono, 2007:93).

Menurut Kriyantono (2007:94) ada beberapa jenis angket atau kuesioner yaitu angket terbuka dan angket tertutup.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan angket tertutup. Angket tertutup yaitu suatu angket dimana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh periset. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya, biasanya dengan memberikan tanda X atau  $\surd$ .

Tujuannya adalah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

### 3.5. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

#### 3.5.1. Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. (Singarimbun dan Effendi, 1989:122-123).

Validitas memiliki beberapa jenis. Pertama validitas konstruk. Konstruk adalah kerangka dari suatu konsep. Untuk mencari kerangka konsep tersebut, dapat ditempuh dengan berbagai cara, diantaranya:

- Mencari definisi konsep yang dikemukakan para ahli yang tertulis di dalam literatur. Definisi tentang sesuatu konsep biasanya berisi kerangka dari konsep tersebut.
- Jika di dalam literatur tidak dapat diperoleh definisi konsep yang ingin diukur, peneliti harus mendefinisikan sendiri konsep tersebut.
- Menanyakan definisi konsep yang akan diukur kepada calon responden atau orang-orang yang memiliki karakteristik yang sama dengan responden.

Kedua, validitas isi. Validitas suatu alat ukur ditentukan oleh sejauhmana isi alat ukur tersebut mewakili semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep.

Ketiga, validitas eksternal. Bila alat ukur baru tersebut memberikan hasil yang relatif sama dengan hasil pengukuran dengan alat ukur Mehrabian, dapat dikatakan bahwa alat ukur yang baru tersebut sudah memiliki validitas yang memadai.

Keempat, validitas prediktif. Alat ukur yang dibuat oleh peneliti seringkali untuk memprediksi apa yang akan terjadi di masa yang akan datang. Kelima, validitas

budaya. Validitas ini penting bagi penelitian yang dilakukan sekaligus di beberapa negara dengan alat ukur yang sama, juga akan menghadapi problem validitas budaya.

Keenam, validitas rupa adalah jenis validitas yang berbeda dengan jenis validitas yang telah dikemukakan sebelumnya. Validitas rupa tidak menunjukkan apakah alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Validitas rupa hanya menunjukkan bahwa dari segi "rupanya" suatu alat ukur tampaknya mengukur apa yang ingin diukur.

Untuk menguji validitas, ada beberapa langkah yang harus dilakukan: pertama, mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur; kedua, melakukan uji coba skala pengukur tersebut pada sejumlah responden; ketiga, mempersiapkan tabel tabulasi jawaban; keempat, menghitung korelasi antara tiap-tiap pernyataan dan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment* (Ancok, dalam Singarimbun dan Effendi, 1989:124-137).

### 3.5.2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. (Singarimbun dan Effendi, 1989:123).

Menurut Ardianto (2010:189) Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, alat ukur tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama.

Untuk menghitung reliabilitas, ada beberapa teknik yang dapat digunakan, diantaranya adalah (Ardianto, 2010: 190-191) :

- Pertama, teknik pengukuran ulang. Untuk mengetahui reliabilitas suatu alat ukur dengan pengukuran ulang, kita harus meminta responden yang sama menjawab semua pertanyaan dalam alat ukur sebanyak dua kali. Selang waktu antara pengukuran pertama dan pengukuran kedua sebaiknya tidak terlalu dekat dan tidak terlalu jauh, yakni antara 15-30 hari. Hasil pengukuran pertama dikorelasikan dengan teknik korelasi *product moment*. Selain itu, dapat pula digunakan teknik korelasi yang lain.
- Kedua, teknik belah dua. Alat yang kita susun harus memiliki cukup banyak item yang mengukur aspek yang sama. Sekitar 50-60 item adalah jumlah yang cukup memadai. Makin besar jumlah item, reliabilitas yang diperoleh akan semakin baik. Langkah kerja yang perlu dilakukan : (a) menyajikan alat ukur kepada sejumlah responden, kemudian menghitung validitas itemnya. Item-item yang valid dikumpulkan jadi satu yang tidak valid dibuang; (b) membagi item-item yang valid tersebut menjadi dua belahan.
- Ketiga, teknik bentuk paralel. Pada teknik ini, perhitungan reliabilitas dilakukan dengan membuat dua jenis alat ukur yang mengukur aspek yang sama. Kedua alat ukur tersebut diberikan pada responden yang sama, kemudian dicari validitasnya untuk tiap-tiap jenis. Untuk menghitung reliabilitas, perlu mengorelasikan skor total dari kedua jenis alat ukur tersebut. Teknik korelasi yang dipakai adalah ialah teknik korelasi pearson *product moment*.

Dalam pengujian reliabilitas instrument, peneliti menggunakan *test-retest* (pengukuran ulang). Instrumen penelitian yang reliabilitasnya diuji dengan *test-retest* dilakukan dengan cara mencobakan instrumen beberapa kali pada responden

(Sugiyono, 2007:130). Jadi, dalam hal ini, instrumennya sama, respondennya sama, dan waktunya berbeda.

Berikut adalah hasil penghitungan *Test-Retest*.

<b>x</b>	<b>y</b>	<b>x<sup>2</sup></b>	<b>y<sup>2</sup></b>	<b>xy</b>
23	24	529	576	552
21	24	441	576	504
24	25	576	625	600
23	21	529	441	483
25	26	625	676	650
20	21	400	441	420
24	23	576	529	552
25	25	625	625	625
24	23	576	529	552
19	21	361	441	399
<b>228</b>	<b>233</b>	<b>5238</b>	<b>5459</b>	<b>5337</b>

Dalam pengujian *test-retest* ini, penulis menghitung korelasi antara pengukuran 1 dan pengukuran 2 pertanyaan dengan menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Adapun rumus dan hasil penghitungannya sebagai berikut :

$$r = \frac{N(\Sigma XY) - (\Sigma X \cdot \Sigma Y)}{\sqrt{[N\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2][N\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}}$$

$$r = \frac{10(5337) - (228)(223)}{\sqrt{(10.5238 - (228)^2)(10.5459) - (233)^2}}$$

$$= \frac{246}{\sqrt{396 \times 301}}$$

$$= \frac{246}{\sqrt{119196}}$$

$$= \frac{246}{345,2} = 0,71$$

Berdasarkan data di atas, maka diketahui nilai dari test pengujian test retest adalah 0,71. Artinya instrumen atau pernyataan penulis dapat dikatakan reliabel. Oleh karena itu, instrumen atau pernyataan tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

### 3.6 Pelaksanaan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian, penulis meneliti di Kantor Walikota Jakarta Barat dalam waktu 1 bulan. Dalam waktu 1 bulan penulis mengunjungi kantor Walikota Jakarta Barat 2 kali dalam seminggu. Penulis membutuhkan beberapa data untuk dijadikan laporan dalam skripsi. Lalu penulis menyebarkan kuesioner kepada karyawan Walikota Jakarta Barat untuk diisi kemudian dari kuesioner tersebut penulis membuat rincian data sesuai kuesioner yang telah diisi.

### 3.7. Analisis Data

Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

#### 1. Editing

Informasi yang penulis peroleh dari responden mengenai data primer diolah menjadi data. Teknik ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang telah

terkumpul tersebut baik sehingga segera dapat dipersiapkan untuk tahap analisis berikutnya.

## 2. Pengkodean Data (Koding)

Koding dilakukan untuk menyederhanakan data, yaitu dengan memberi simbol angka pada tiap-tiap jawaban, atau suatu cara mengklasifikasi jawaban responden atas suatu cara mengklasifikasi jawaban responden atas suatu pertanyaan menurut macamnya dengan jalan memadai masing-masing jawaban dengan kode tertentu.

## 3. Tabulasi

Dalam teknik ini data yang sudah diolah kemudian ditabulasikan ke dalam tabel induk untuk mengetahui kecenderungan seluruh variabel yang diteliti, kemudian didistribusikan dalam tabel persentase untuk dianalisa agar diperoleh gambaran mengenai penggunaan media internal website dengan kepuasan informasi bagi karyawan Walikota Jakarta Barat.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Walikota Jakarta Barat

Peraturan pemerintah nomor : 25 tahun 1978, wilayah DKI Jakarta dibagi menjadi 5 wilayah kota administratif. Wilayah Kotamadya Jakarta Barat merupakan salah satu bagian yang memiliki kedudukan setingkat dengan kotamadya Tingkat II. Walikotanya yang bertanggung jawab langsung kepada Gubernur DKI Jakarta berdasarkan penetapan Presiden RI No. 2 tahun 1961 tentang Pemerintah DKI Jakarta dan penjelasan Undang - Undang No. 5 tahun 1974 tentang pokok-pokok Pemerintah di daerah. Bahwa tugas, wewenang dan kewajiban Walikotamadya adalah menjalankan pemerintahan pembangunan dan pembinaan kemasyarakatan dalam wilayah.

Kondisi wilayah Kotamadya Jakarta Barat pada tahun 2007 dengan luas  $\pm 12.615,14$  Ha dengan 8 kecamatan, 56 kelurahan, 578 RW, dan 6.384 RT. Jumlah penduduk  $\pm 1.658.299$  jiwa. Dengan kepadatan  $14.253,86$  jiwa/km<sup>2</sup>.

- Visi dan Misi Jakarta Barat

- Visi :

Terwujudnya Kotamadya Jakarta Barat sebagai kota jasa yang berdaya saing global, partisipatif dan manusiawi.

- Misi :

1. Membangun Jakarta Barat dengan mengedepankan aspirasi dan partisipasi masyarakat.
2. Mengembangkan nilai, norma, serta tatanan prasarana sosial.

3. Mengembangkan pusat jasa dan perdagangan, industri, wisata, budaya, sejarah serta melanjutkan pengembangan SPB Barat.
4. Meningkatkan kualitas pemukiman pada kawasan padat kumuh.
5. Meningkatkan kualitas pelayanan masyarakat.

- Motto Jakarta Barat

" Kampung kite, kalo bukan kite nyang ngurusin siape lagi" .

- Bidang Gerak

Walikotamadya Jakarta Barat bergerak dalam segala bidang karena mempunyai tugas yang meliputi seluruh aspek kehidupan masyarakat. Karena tugas Walikota sangat besar sehingga ia harus mampu memimpin keseluruhan kegiatan sekretariat Kotamadya, suku dinas, lembaga teknik kotamadya, kecamatan dan kelurahan. Yang akan dibantu oleh Wakil beserta staf-stafnya.

Walikota bergerak di seluruh aspek kehidupan masyarakat yaitu :

- Bidang Pemerintah

Yaitu bidang yang meliputi masalah yang berhubungan dengan pemerintahan.

- Kesejahteraan Masyarakat

Yaitu ikut berperan serta dalam kesejahteraan masyarakat dengan menyediakan harga-harga bahan-bahan sembako dengan harga miring dan menyediakan fasilitas umum atau koperasi.

- Sosial Politik

Yaitu masalah yang berhubungan dengan politik dan keadaan sosial masyarakatnya. Guna menjalani persatuan dan kesatuan walaupun berbeda-beda.

- Tenaga Kerja

Yaitu memberikan penyuluhan terhadap para pemuda yang tidak bekerja atau membuat tempat penampungan untuk para pengangguran yaitu satu industri rumah tangga.

- Pendidikan

Yaitu dengan memberikan fasilitas yang cukup yang bersifat formal maupun informal yaitu sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi karena masyarakat layak untuk mendapat pendidikan yang baik.

- Pemuda dan olahraga .

Dengan menggerakkan pemuda di bidang olahraga agar masyarakatnya memiliki prestasi yang dapat dibangun.

#### 4.1.1. Suku Dinas Komunikasi Informatika dan Kehumasan

Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan humas (Sudin Kominfomas) merupakan unit kerja hasil perampingan pada struktur Pemda DKI Jakarta. Sudin Kominfomas merupakan gabungan dari Kantor Pengelolaan Teknologi Informasi (KPTI) dengan Bagian Humas. Sebelumnya, Waliktamadya Jakarta Barat (WKJB) memiliki bagian Humas dan Protokoler, namun pada 12 Desember 2008 lalu berdasar peraturan daerah, terjadi perampingan struktur. Bagian Humas dan Protokoler pada WKJB dipecah. Humas melebur dengan KPTI menjadi Sudin Kominfomas dikepalai oleh Kepala Dinas. Sedangkan Protokoler bergabung dengan Bagian Umum, dengan Kepala Bagian yang memimpin. Perubahan struktur ini mulai aktif pada Januari 2009.

Pada dasarnya tugas pokok dan fungsi dari Suku Dinas Komunikasi, Informatika dan Humas hampir sama dengan tugas pokok dan fungsi bagian Humas dan Protokoler. Hanya saja, sekarang terjadi penyesuaian dengan struktur baru

tersebut. Sebagai contoh, pada Sudin Kominfomas tidak menjalankan fungsi keprotokoleran.

Penyesuaian tugas pokok dan fungsi dilakukan agar pelaksanaannya tetap berjalan sesuai dengan masing-masing tugas dan fungsi pokok. Sudin Kominfomas tetap menjalankan tugas dan fungsi sebagai penyampai informasi kepada masyarakat mengenai kebijakan, peraturan maupun informasi kegiatan dari Pemerintah Daerah, maupun Pemerintah Kota.

- Tugas Pokok dan Fungsi Sudin Kominfomas

Mengacu pada keputusan Gubernur Provinsi DKI Jakarta No. 62 tentang organisasi dan tata kerja pemerintah Kotamadya di provinsi DKI Jakarta, bagian humas dan protokol mempunyai tugas dan pemberian informasi kepada masyarakat mengenai kebijakan pemerintah daerah kotamadya Berta kegiatan keprotokoleran.

Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Kehumasan Kota Administrasi mempunyai tugas melaksanakan urusan komunikasi, informatikadan kehumasan wilayah Kota Administrasi.

Untuk melaksanakan tugas, Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Kehumasan Kota Administrasi mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) dan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas ;
- b. Pelaksanaan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas ;
- c. Pelaksanaan kebijaksanaan teknis pelaksanaan urusan komunikasi, informatika, dan kehumasan di wilayah Kota Administrasi ;
- d. Pelaksanaan kehumasan di wilayah Kota Administrasi ;
- e. Pengelolaan pembinaan dan pengembangan teknologi informasi di wilayah Kota Administrasi ;

- f. Pengelolaan dan pengembangan komunikasi di wilayah Kota Administrasi ;
- g. Pembinaan pos dan telekomunikasi di wilayah Kota Administrasi ;
- h. Pembinaan dan pengembangan tenaga fungsional pranata kehumasan dan pranta komputer di wilayah Kota Administrasi ;
- i. Pengembangan jaringan kerja kehumasan di wilayah Kota Administrasi ;
- j. Publikasi, pelayanan informasi dan pendokumentasian kegiatan, kebijaksanaan pemerintahan daerah di wilayah Kota Administrasi ;

Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Humas Kota Administrasi terdiri

dari:

- a. Kepala Suku Dinas ;
  - b. Sub Bagian Tata Usaha ;
  - c. Seksi Kehumasan ;
  - d. Seksi Infrastruktur Teknologi Informasi ;
  - e. Seksi Sistem Informasi ;
  - f. Seksi Pos dan Telekomunikasi ; dan
  - g. Subkelompok Jabatan Fungsional.
- a) Kepala Suku Dinas mempunyai tugas:
- 1. Memimpin dan mengoordinasikan pelaksanaan tugas dan fungsi Suku Dinas.
  - 2. Mengoordinasikan pelaksanaan tugas dan fungsi Subbagian, Seksi, dan Subkelompok Jabatan Fungsional.
  - 3. Melaksanakan koordinasi dan kerjasama dengan satuan perangkat daerah, unit kerja perangkat daerah dan atau instansi pemerintah/swasta dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi Suku Dinas, dan
  - 4. Melaporkan dan mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas dan fungsi Suku Dinas.

b) Subbagian Tata Usaha mempunyai tugas:

1. Menyusun bahan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) dan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
2. Melaksanakan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
3. Mengoordinasikan penyusunan kerja dan anggaran (RKA) dan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas.
4. Melaksanakan monitoring pengendalian dan evaluasi pelaksanaan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas.
5. Melaporkan dan mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas subbagian tata usaha.

c) Seksi Kehumasan mempunyai tugas:

1. Menyusun bahan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) dan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
2. Melaksanakan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
3. Melaksanakan penyiapan materi untuk Media Massa.
4. Menyelenggarakan kemitraan dengan pers.
5. Melaporkan dan mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas Seksi Kehumasan.

d) Seksi Infrastruktur Teknologi Informasi mempunyai tugas:

1. Menyusun bahan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) dan dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
2. Melaksanakan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.

3. Melaksanakan perencanaan, pembangunan, pengembangan dan pemeliharaan perangkat keras dan perangkat lunak teknologi informasi dan komunikasi di lingkungan Kota Administrasi.
  4. Melaksanakan perencanaan, pembangunan, pengembangan dan pemeliharaan serta pengoperasian teknologi multimedia.
  5. Menyiapkan bahan laporan Suku Dinas yang terkait dengan tugas Seksi Infrastruktur Teknologi Informasi, dan
  6. Melaporkan dan menyampaikan pelaksanaan tugas Seksi Infrastruktur Teknologi Informasi.
- e) Seksi Sistem Informasi mempunyai tugas:
1. Menyusun bahan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) dan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
  2. Melaksanakan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
  3. Melaksanakan perencanaan, pembangunan, pengembangan dan pemeliharaan sistem informasi di lingkungan Kota Administrasi.
  4. Menyiapkan bahan laporan Suku Dinas yang terkait dengan tugas Seksi Informasi, dan
  5. Melaporkan dan mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas Seksi Sistem Informasi.
- f) Seksi Pos dan Telekomunikasi mempunyai tugas:
1. Menyusun bahan Rencana Kerja dan Anggaran (RKA) dan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.
  2. Melaksanakan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Suku Dinas sesuai dengan lingkup tugasnya.

3. Melaksanakan proses penerbitan izin wartel dan warnet Kota Administrasi.
4. Melaksanakan pemberian izin lokasi pembangunan studio dan stasium pemancar radio atau televisi.
5. Menyiapkan bahan laporan Suku Dinas yang terkait dengan tugas Seksi Pos dan Telekomunikasi, dan
6. Melaporkan dan mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugas Seksi Pos dan Telekomunikasi.

#### 4.2. Website Kantor Walikota Jakarta Barat

Website merupakan salah satu media untuk menyampaikan informasi mengenai Walikota Jakarta Barat, informasi yang disampaikan berupa berita-berita tentang program kegiatan yang dilakukan oleh Walikota Jakarta Barat serta staff-staff di kantor walikota. Isi website kantor Walikota Jakarta Barat berisi info mengenai instansi, kebijakan pimpinan, serta berita mengenai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pemkot Walikota Jakarta Barat.

Berita yang terdapat di website Walikota Jakarta Barat selalu *update* setiap mengadakan kegiatan yang dilakukan oleh Walikota Jakarta Barat beserta karyawannya. Umumnya setiap 1 minggu sekali mereka meng-update berita di websote Walikota Jakarta Barat.

Website Walikota Jakarta Barat memiliki beberapa rubrik diantaranya rubrik mengenai info pemerintahan, info kesra, info perekonomian dan info pembangunan. Segala informasi dibuat sesuai dengan bidangnya.

Media adalah sarana informasi atau komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan. Kantor Walikota Jakarta Barat menggunakan media website untuk memberikan informasi perusahaan kepada pihak internal maupun. Pihak eksternal. Berdasarkan sifatnya media terdiri dari dua yaitu media cetak dan

media elektronik. Media cetak seperti Surat kabar, pamflet, buletin dan lain-lain. Dan media elektronik seperti radio, televisi, website dan lain-lain.

Website Walikota Jakarta Barat ditujukan secara umum, khalayak dapat mengakses website tersebut. Selain khalayak umum website ini juga ditujukan sebagai penghubung antara karyawan dengan karyawan.

Website Walikota Jakarta Barat memiliki banyak rubrik diantaranya adalah rubrik beranda, rubrik beranda berisi tentang berita atau info terbaru mengenai kegiatan yang dilakukan oleh Walikota Jakarta Barat, seperti sosialisasi dan penyuluhan program-program baru.

Selain itu website Kantor Walikota Jakarta Barat juga menyediakan rubrik Jajak Pendapat yang terbuka bagi umum. Rubrik ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana efektifitas pelayanan yang diberikan di Walikota Jakarta Barat.

Website Walikota Jakarta Barat setiap mengadakan kegiatan selalu membuat dokumentasi mengenai kegiatan tersebut. Dokumentasi dapat berupa berita atau foto kegiatan, lalu foto tersebut dimasukkan kedalam rubrik website Walikota.

### 4.3. Hasil Penelitian

#### 4.3.1. Identitas Responden

Jumlah sampel (n) dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis seperti disebutkan sebelumnya yaitu berjumlah 47 orang dan identitas responden dianalisis dengan kecenderungan persentase. Identitas responden terdiri dari usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, masa kerja dan unit kerja. Gambaran mengenai identitas responden dapat dilihat sebagai berikut :

##### 1. Identitas Responden Berdasarkan Unit Kerja

Berdasarkan unit kerja, distribusi responden sebagai berikut :

**TABEL 4.1**  
**Komposisi Responden**  
**Berdasarkan Unit Kerja**  
**n=47**

Unit Kerja	Jumlah	%
Prasarana & Sarana Kota	3	6%
Tata Ruang Lingkungan Hidup	5	11%
Umum & Protokol	3	6%
Suku Dinas Sosial	4	9%
Bagian Pemberdayaan Masyarakat	3	6%
Bagian Kesejahteraan Sosial	3	6%
Bagian Ketatalaksanaan	4	9%
Bagian Kepegawaian	7	15%
Suku Dinas Pekerjaan Umum Tata Air	15	32%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.1 menunjukkan bagian unit kerja prasarana & sarana kota mayoritas (6%), tata ruang lingkungan hidup mayoritas (11%), umum & protokol (6%), suku dinas sosial mayoritas (9%), bagian pemberdayaan masyarakat mayoritas (6%), bagian kesejahteraan sosial mayoritas (6%), bagian ketatalaksanaan mayoritas (9%), bagian kepegawaian mayoritas (15%) dan dari 47 responden yang akan diteliti mayoritas (32%) dari Suku Dinas Pekerjaan Umum Tata Air.

2. Identitas Responden Berdasarkan Umur.

Berdasarkan umur, distribusi frekuensi responden sebagai berikut:

**TABEL 4.2**  
**Komposisi Responden**  
**Berdasarkan Umur**  
**n=47**

Umur	Jumlah	%
21 – 30 tahun	24	51%
31 – 40 tahun	20	43%
41 tahun keatas	3	6%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.2 menunjukkan umur 21-30 tahun adalah (51%), umur 31-40 tahun adalah (43%) dan umur 41 tahun keatas sebanyak (6%) dan dari 47 responden yang diteliti paling banyak (51%) responden adalah berusia 21-30 tahun.

### 3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, distribusi frekuensi responden sebagai berikut :

**TABEL 4.3**  
**Komposisi Responden**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**  
**n=47**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
Laki-laki	23	49%
Perempuan	24	51%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.3 menunjukkan jenis kelamin laki-laki berjumlah (49%) dan perempuan (51%) dari 47 responden yang diteliti mayoritas responden yaitu (51%) responden adalah perempuan.

### 4. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan pendidikan terakhir, distribusi frekuensi responden sebagai berikut:

**TABEL 4.4**  
**Komposisi Responden**  
**Berdasarkan Pendidikan Terakhir**  
**n=47**

<b>Pendidikan Terakhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
SMU	13	28%
Diploma (D-3)	12	26%
Sarjana (S-1)	18	38%
Pasca Sarjana (S-2)	4	8%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.4 menunjukkan karyawan berpendidikan SMU sebanyak (28%), Diploma (D-3) sebanyak (26%), Sarjana (S-1) sebanyak (38%), dan Pasca Sarjana sebanyak (8%) dan dari 47 responden yang diteliti sebagian besar (38%) responden berpendidikan Sarjana.

### 5. Identitas Responden Berdasarkan Masa Kerja

Berdasarkan masa kerja, distribusi frekuensi responden sebagai berikut :

**TABEL 4.5**  
**Komposisi Responden**  
**Berdasarkan Masa Kerja**  
**n=47**

<b>Masa Kerja</b>	<b>Jumlah</b>	<b>%</b>
1 - 5 tahun	23	49%
5 – 15 tahun	13	28%
> 15 tahun	11	23%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa karyawan dengan masa kerja 1-5 tahun (49%), 5-15 tahun (28%), >15 tahun (23%) dari 47 responden yang diteliti sebagian besar (49%) responden memiliki masa kerja antara 1 sampai dengan 5 tahun.

#### 4.4 Penggunaan Website Kantor Walikota Jakarta Barat

##### 4.4.1 Tingkat Penggunaan

Tabel 4.6 ini memperlihatkan data tentang penggunaan website yang bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan website bagi karyawan Walikota Jakarta Barat.

**TABEL 4.6**  
**Penggunaan website Walikota Jakarta Barat**  
**n=47**

<b>Penggunaan Website</b>	<b>Interval Skor</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tinggi	4 – 5	23	49%
Sedang	2 – 3	18	38%
Rendah	0 – 2	6	13%
<b>Jumlah</b>		<b>47</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan website adalah tinggi yaitu sebanyak 49% atau 23 responden. Penggunaan website sedang yaitu 38% atau 18 responden. Penggunaan website rendah yaitu 13% atau 6 responden. Dari data diatas yang diperoleh dari 47 responden, menunjukkan bahwa responden yang

menggunakan website adalah tinggi yaitu sebanyak 49% dan dapat disimpulkan bahwa tingkat penggunaan dari website walikota Jakarta Barat adalah cukup tinggi.

#### 4.4.2 Tingkat Kepuasan

Table 4.7 berikut ini memperlihatkan data tentang pemanfaatan website yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan informasi terhadap website Walikota Jakarta Barat.

**TABEL 4.7**  
**Kepuasan Informasi Terhadap Website Walikota Jakarta Barat**  
**n=47**

<b>Kepuasan Informasi</b>	<b>Interval Skor</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Tinggi	21 – 25	23	49%
Sedang	16 – 20	16	34%
Rendah	11 – 15	8	17%
<b>Jumlah</b>		<b>47</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat dilihat bahwa kepuasan informasi terhadap website Walikota Jakarta Barat adalah tinggi yaitu sebanyak 49% atau 23 responden. Kepuasan informasi terhadap website Walikota Jakarta Barat sedang yaitu sebanyak 34% atau 16 responden. Kepuasan informasi terhadap website Walikota Jakarta Barat rendah yaitu sebanyak 17% atau 8 responden. Dari data diatas yang diperoleh dari 47 responden, menunjukkan bahwa responden memiliki kepuasan informasi terhadap website Walikota Jakarta Barat adalah tinggi yaitu sebanyak 49% dan dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan informasi bagi karyawan Walikota Jakarta Barat adalah cukup puas terhadap informasi yang terdapat pada *website* Walikota Jakarta Barat.

## 4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, maka pemanfaatan website Walikota Jakarta Barat sudah termasuk bermanfaat, baik dari segi penggunaan dan kepuasan terhadap informasi. Berdasarkan pendapat Suprpto (2006:18) bahwa kategori sosial didasarkan pada usia, seks, tingkat penghasilan, tingkat pendidikan, tempat tinggal (desa atau kota), ataupun agama.

Pertama, dari karakteristik Umur responden, dimana usia 21 – 30 tahun (51%), 31 – 40 tahun (43%), dan usia 41 tahun keatas (6%). Menurut Rhenald (1998:156) bahwa usia penduduk dibedakan menurut usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua. Tetapi definisi ini masih dianggap terlalu luas, dalam hal ini usia 21-30 artinya terdapat peningkatan permintaan terhadap kualitas.

Menurut Prof. Dr. Ny. Sumiati dalam buku Ferry umur 20-40 tahun adalah masa dewasa. Masa dewasa adalah kemampuan seseorang untuk melakukan pekerjaan secara independen, menerima tanggung jawab tambahan dan berkeinginan untuk mencapai keberhasilan. Dan dalam hal ini, permintaan terhadap isi website Walikota Jakarta Barat lebih utama dibandingkan dengan kualitas dari website tersebut dan karyawan walikota jakarta barat dalam membuka website walikota diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang informasi di kantor Walikota Jakarta Barat.

Kedua, dari karakteristik jenis kelamin, yaitu laki-laki (49%) dan perempuan (51%). Berdasarkan penelitian di lapangan, karyawan di Walikota Jakarta Barat mayoritas perempuan. Dalam teori segmentasi pasar gender atau jenis kelamin tidak dapat dibedakan menurut segmen ini. Contohnya makanan tidak dapat dibedakan menurut gender, tetapi produk-produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti pakaian, rokok, kendaraan, sepatu, dan peralatan rumah tangga, umumnya dapat menggunakan segmen ini. Menurut Paulus (2011:87) konsep diri seringkali

diterjemahkan dalam gaya hidup seseorang, atau cara dimana dia tinggal. Misalnya, seseorang sangat matrealistis, memilih menggunakan pakaian yang menyolok dan mengendarai mobil mewah, atau memilih kehidupan sederhana pada berbagai segmen dalam kehidupannya.

Menurut George (2008:139) bahwa wanita cenderung "menyesuaikan diri" terhadap hal-hal yang berbau maskulin (seperti olahraga dan mobil), dan pria juga cenderung "menyesuaikan diri" terhadap hal-hal yang berbau feminim (memasak dan lain sebagainya).

Laki-laki dewasa umumnya sering menghabiskan waktu untuk membaca artikel-artikel dewasa kecenderungan dalam menonton televisi sangat kurang sehingga informasi yang didapatkan juga sangat kecil. Sementara itu, perempuan dewasa lebih cenderung menyukai *fashion*, mereka lebih cenderung menggunakan media online untuk memenuhi kebutuhan mereka, terutama dalam hal *fashion*. Dalam hal ini, website merupakan gaya hidup yang sedang *trend* saat ini, dan pegawai di kantor Walikota Jakarta Barat mayoritas perempuan karena perempuan memiliki gaya hidup lebih tinggi terutama dalam mengakses internet.

Ketiga, dari karakteristik pendidikan terakhir responden, SMU (28%), Diploma (26%), Sarjana (38%), Pasca Sarjana (8%). Dapat dilihat bahwa sebagian responden berpendidikan tinggi. Hal ini dikarenakan responden yang banyak memiliki informasi lebih banyak dan wawasan luas adalah yang berpendidikan Sarjana.

Menurut Berlo (1960:48) *Knowledge of the communication process it self affects source behavior. What and how the source communicates depends on his ability to conduct the kind of analysis we have been describing. In other words, his communication behavior is affected by how much he knows about his own attitudes, the characteristics of his receiver, the ways in which he can produce of treat messages. The kinds of choices he can make about communication affects communication behavior.*

Perusahaan atau organisasi memilih yang berpendidikan sarjana karena dinilai lebih kritis dalam mengambil tindakan dan lebih memiliki banyak pengalaman dan informasi terutama untuk menunjang perusahaan atau organisasi itu sendiri.

Menurut Robert (2005:75) Peranan atau posisi yang berbeda dalam kelompok sering dihubungkan dengan tingkat status yang berbeda, direktur jelas memiliki tingkatan yang sangat tinggi dalam dimensi ini. Orang-orang seringkali sangat sensitif pada status karena status terkait dengan begitu banyak hasil akhir yang diharapkan.

Secara spesifik, orang dengan status tinggi memiliki lebih banyak akses dibandingkan orang dengan status rendah ke sumber-sumber daya kunci yang terkait dengan pertahanan hidup dan reproduksi, seperti makanan serta akses ke pekerjaan.

Keempat, berdasarkan masa kerja responden, 1 – 5 tahun (49%), 5 – 15 tahun (28%), lebih dari 15 tahun (23%). Dapat dilihat bahwa mayoritas responden memiliki masa kerja 1 – 5 tahun. Karena banyak karyawan yang dipindahkan ke tempat lain sehingga banyak karyawan baru yang bekerja di kantor Walikota Jakarta Barat

Karakteristik terakhir yaitu berdasarkan unit kerja, kantor Walikota Jakarta Barat memiliki banyak unit kerja. Menurut teori Kasali (1998:159) konsumen yang memiliki jenis pekerjaan tertentu umumnya mengkonsumsi barang-barang tertentu yang berbeda jenis dengan pekerjaan lainnya. Dalam penelitian ini, Suku Dinas Pekerjaan Umum Tata air memiliki persentase tertinggi yaitu (32%). Dikarenakan suku dinas tersebut lebih sering mengakses website Walikota Jakarta Barat dan jumlah dari karyawan di suku dinas pekerjaan umum tata air lebih banyak dibandingkan dengan suku dinas lain.

Dalam permasalahan ini peneliti menggunakan Teori *Uses and Gratification* karena model ini mengasumsikan bahwa bukan apa yang dilakukan media pada diri seseorang tetapi apa yang dilakukan orang terhadap media. Efek media dapat

dioperasionisasikan sebagai evaluasi kemampuan media untuk memberikan kepuasan, sebagai dependensi media dan sebagai pengetahuan. (Rakhmat,2004:66).

Jadi, jika dikaitkan dengan masalah penelitian, tindakan komunikasi berawal dari Humas Walikota Jakarta Barat sebagai komunikator yang menyampaikan pesan atau isi pernyataan yang berupa informasi mengenai Kantor Walikota Jakarta Barat melalui *website* yang ditujukan bagi seluruh karyawan Kantor Walikota Jakarta Barat.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pemanfaatan *website* bagi karyawan kantor Walikota Jakarta Barat, penulis dapat menarik kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan *website* bagi karyawan kantor Walikota Jakarta Barat diambil dari sisi penggunaan dan memperoleh hasil yaitu kepuasan informasi.
2. Hasil deskriptif variabel penelitian pada variabel X bahwa penggunaan media *website* pada karyawan adalah cukup sering membuka dan membaca isi dari *website* Walikota Jakarta Barat, hal ini terlihat dalam persentase dari jumlah skor yang diperoleh secara keseluruhan sebesar 49%. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa penggunaan *website* pada karyawan adalah tinggi karena karyawan Walikota Jakarta Barat berharap dapat menambah pengetahuan tentang informasi Jakarta Barat.
3. Dari hasil deskriptif variabel penelitian pada variabel Y diketahui bahwa kepuasan informasi pada *website* Walikota Jakarta Barat adalah cukup puas, terlihat dalam persentase dari jumlah skor yang diperoleh secara keseluruhan sebesar 49%. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa kepuasan informasi dalam *website* dinilai tinggi karena dalam *website* tersebut memiliki informasi yang sesuai dengan kebutuhan.

## 5.2 Saran

1. Pengelola website Walikota Jakarta Barat perlu lebih mengetahui kebutuhan karyawan terutama dari informasi khususnya dalam hal penggunaan media mulai dari isi rubrik agar pembaca mendapatkan kepuasan informasi dari website Walikota Jakarta Barat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrachman, Oemi, *Dasar-dasar Public Relations*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- Ardianto, Elvinaro, *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2010.
- Assumpta, Maria, *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik*, Grasindo, Jakarta, 2005.
- Baron A. Robert & Donn byrne, *Psikologi Sosial*, Erlangga, Jakarta, 2005.
- Berlo, David K, *The Process of communication "an introduction to theory and practice"*, Library of Congress Catalog, United States of America, 1960.
- Dr. C. Boeroe, George, *Psikologi Sosial*, Prismsophie, Jogjakarta, 2008.
- Drs. Lilik, Paulus & Kristianto, Msi, *Psikologi Pemasaran*, CAPS, Jogjakarta, 2011.
- Effendy, Onong, *Hubungan Masyarakat*, Remaja Rosdakarya,
- Jefkins, Frank, *Public Relations Terjemahan ketiga*, Erlangga, Jakarta, 2003.
- Kriyantono, Rachmat, *Riset Komunikasi*, Kencana Media Group, Jakarta, 2006.
- Nova, Firsan, *Crisis Public Relations*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009.
- Singarimbun, Masri, *Metode Penelitian, Survei*, LP3ES, Jakarta, 2006.
- Soemirat & Ardianto, *Dasar-dasar Public Relations*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, CV. Alfabeta, Bandung, 2006.
- Stevanny, Dian Kartika, *Media Relations*, Selasar Surabaya Publishing, Surabaya , 2009.
- Suhandang, Kustadi, *Public Relations Perusahaan: Kajian Program Implementasi*, Yayasan Nuansa Cendekia, 2004.
- Umar, Husein, *Metode Penelitian Untuk Skripsi & Tesis*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008.
- Yulianita, Neni, *Dasar-dasar Public Relations*, LPPM Unisba, Bandung, 2005.

### Sumber lain:

<http://books.google.co.id/bkshp?hl=id&tab=wp>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Siska Marsela Amanda  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 29 Maret 1990  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status Keluarga : Belum Nikah  
Agama : Islam  
Alamat : Jln. Komp. Cantiga blok A6 No.18 RT.02/05 Tangerang



### Pendidikan :

TK Tunas Mawar : 1994 – 1995  
SDN 10 Pagi : 1995 – 2001  
SMPN 264 Jakarta : 2001 – 2004  
SMA 1 Cengkareng : 2004 – 2007  
Universitas Esa Unggul : 2007 – sekarang

### Pengalaman Kerja :

Magang di PT. Telekomunikasi Jakarta 2010