BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari analisis data, hasil temuan data dan interpretasi data berdasarkan teori yang telah dilakukan, maka dapat disimpulakn hal-hal sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini mengambil sampel karyawan PT. Telkom Yogyakarta sebanyak 241 karyawan. Berdasarkan hasil temuan data di lapangan, hampir sebagian besar karyawan memiliki intensitas penggunaan media intranet yang tinggi. Media intranet tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka sebagai karyawan sekaligus sebagai media untuk mencari informasi dan media komunikasi karyawan. Karyawan menggunakan media intranet karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya. Adanya perbedaan karakteristik individu, persepsi karyawan tentang efektivitas komunikasi melalui media intranet, kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi dan kebutuhan akan kekuasaan mampu meningkatkan intensitas penggunaan media intranet. Selain itu di sisi lain, diketahui bahwa seluruh variabel berada di kategori tinggi, jadi semakin positif persepsi karyawan tentang efektivitas komunikasi melalui media intranet dan semakin tinggi kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi dan kebutuhan akan kekuasaan maka semakin tinggi intensitas penggunaan media intranet.

2. Dari hasil temuan lapangan dapat disimpulkan, secara bersama-sama variabel karakteristik individu (jenis kelamin, usia dan masa kerja), variabel persepsi karyawan tentang efektivitas komunikasi melalui media intranet, variabel kebutuhan akan prestasi, variabel kebutuhan akan afiliasi, dan kebutuhan akan kekuasaan mampu mempengaruhi intensitas penggunaan media intranet. Namun dari tujuh variabel yang menjadi variabel independen, hanya enam faktor yakni karakteristik individu, persepsi karyawan tentang efektivitas komunikasi melalui media intranet, kebutuhan akan afiliasi dan kebutuhan akan kekuasaan saja yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas penggunaan media intranet. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan menggunakan media intranet bukan karena adanya faktor untuk memenuhi kebutuhan akan prestasi mereka.
3. Terdapat perbedaan intensitas penggunaan media intranet disebabkan adanya perbedaan jenis kelamin, tingginya usia dan lamanya masa kerja karyawan. Hasil pengujian dengan intensitas penggunaan media intranet menunjukkan adanya hubungan di antara kedua variabel. Hubungan yang memiliki nilai yang paling kuat adalah hubungan antara masa kerja dengan intensitas penggunaan media intranet. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama masa kerja karyawan maka semakin tinggi intensitas penggunaan media intranet.

4. Dalam perusahaan, setiap karyawan memiliki persepsi yang berbeda-beda. Hasil pengujian antara presepsi karyawan tentang efektivitas komunikasi melalui media intranet dengan intensitas penggunaan media intranet menunjukkan adanya hubungan yang cukup berarti di antara keduanya. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif persepsi karyawan tentang efektivitas komunikasi melalui media intranet maka semakin tinggi juga intensitas penggunaan media intranet.
5. Salah satu faktor yang mendorong karyawan melakukan segala sesuatu dalam perusahaan adalah adanya kebutuhan akan prestasi. Hasil pengujian antara kebutuhan akan prestasi dengan intensitas penggunaan media intranet menunjukkan adanya hubungan yang rendah diantara kedua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa hanya sedikit karyawan menggunakan media intranet dipengaruhi faktor untuk memenuhi kebutuhan akan prestasi mereka.
6. Selain kebutuhan akan prestasi, setiap karyawan memiliki hasrat akan hubungan persahabatan dan kedekatan personal. Hasil pengujian antara kebutuhan akan afiliasi dengan intensitas penggunaan media intranet menunjukkan adanya hubungan yang cukup berarti diantara kedua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kebutuhan akan afiliasi karyawan maka semakin tinggi juga intensitas penggunaan media intranet.

7. Dalam penelitian ini, kebutuhan ketiga seorang karyawan dalam suatu perusahaan adalah untuk memenuhi kebutuhan akan kekuasaan mereka, dimana seorang karyawan memiliki hasrat untuk memiliki pengaruh dan hasrat untuk mengendalikan orang lain. Hasil pengujian antara kebutuhan akan kekuasaan dengan intensitas penggunaan media intranet menunjukkan adanya hubungan yang cukup berarti di anatara kedua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kebutuhan akan kekuasaan karyawan maka semakin tinggi juga intensitas penggunaan media intranet.
8. Menggunakan intranet akan membuat karyawan lebih produktif karena informasi dapat ditemukan dengan cepat dan disebarluaskan dengan mudah, selain itu dengan media intranet karyawan dapat berkomunikasi dengan karyawan lainnya. Karyawan menggunakan media intranet karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhi karyawan dalam menggunakannya. Dalam penelitian ini, diketahui bahwa karakteristik individu (jenis kelamin, usia dan masa kerja) memiliki hubungan dengan intensitas penggunaan media intranet. Hal ini sesuai dengan teori bahwa karakteristik individu merupakan salah satu faktor yang menyebabkan adanya perbedaan dalam perilaku (Robbins,2008:48). Perilaku disini adalah perilaku dalam menggunakan media intranet, yaitu aktif (intens) atau tidaknya karyawan menggunakan media intranet. Persepsi karyawan mengenai keefektifasan karyawan juga dapat mempengaruhi intensitas

penggunaan media intranet. Kriteria efektivitas komunikasi yang peneliti teliti adalah karyawan sebagai penerima, isi pesan, ketepatan waktu dan media intranet itu sendiri (Hardjana, 2000:23). Hal ini sesuai dengan teori, menurut Jalaludin Rakhmat (2008:51), persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Oleh karena itu, saat persepsi karyawan atau pengalaman karyawan positif atau baik mengenai keefektivitasan komunikasi melalui media intranet maka akan mempengaruhi intensitas penggunaan media intranet. hal ini menunjukkan bahwa, karyawan akan memiliki kecenderungan yang tinggi untuk menggunakan media intranet. Selain itu, karyawan menggunakan media intranet karena adanya motivasi untuk memenuhi kebutuhan mereka sebagai karyawan. Motivasi dapat di definisikan sebagai keinginan untuk melakukan sesuatu dan menentukan kemampuan bertindak untuk memuaskan kebutuhan individu (Robbins,2002:55). Menurut McCelland dan kawan-kawan terdapat tiga kebutuhan utama yang relevan di tempat kerja, yaitu kebutuhan akan prestasi, kebutuhan akan afiliasi dan kebutuhan akan kekuasaan (Robbins,2002:61). Hal ini juga relevan bagi karyawan Telkom, karena karyawan Telkom menggunakan media intranet karena adanya dorongan mereka untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Saat dorongan untuk memenuhi kebutuhan mereka tinggi maka akan semakin tinggi juga intensitas penggunaan media intranet.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan maka, dapat diberikan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi penelitian sejenis atau bagi PT. Telkom Yogyakarta, Tbk antara lain:

1. Bagi peneliti selanjutnya, yang tertarik meneliti tentang intensitas penggunaan media intranet, diharapkan untuk menambah variabel independen yang lain supaya faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media intranet semakin terungkap. Adapun faktor-faktor yang diasumsikan dapat mempengaruhi penggunaan media intranet adalah faktor meningkatkan pengetahuan, faktor hiburan dan faktor konektivitas.
2. Bagi PT. Telkom Yogyakarta, Tbk, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diperoleh hasil bahwa kebutuhan akan prestasi tidak berpengaruh terhadap intensitas penggunaan media intranet. Peneliti menyarankan agar media intranet semakin dikembangkan lagi baik fungsi maupun isinya agar dapat memunculkan kebutuhan akan prestasi karyawan saat menggunakan media intranet.

DAFTAR PUSTAKA

Abrar, Ana Nadhya. *Teknologi Komunikasi Perspektif Ilmu Komunikasi*, 2003, Yogyakarta: LESFI

Ardianto, Elvinaro.*Komunikasi Massa Suatu Pengantar.* 2005, Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Bungin, Burhan.*Metodologi Penelitian Kuantitatif,* 2007, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Effendy, Onong.*Dimensi-Dimensi Komunikasi,* 1986, Bandung: Alumni.

Effendy, Onong. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi,* 1993, Bandung : PT. Citra Aditya Baktir.

Gerungan, Wa.*Psikologi Sosial,* 1986, Bandung:Tresco.

Greenstein, Marily. *Electronic Commerce: Security, Risk Management, and Control*, 2002, New York: The Mc. Graw-Hill Companies.

Hardjana, Andre. *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*, 2000, Jakarta : PT. Grasindo.

Harun, H. Rochajat. *Komunikasi Organisasi,* 2008, Bandung: CV Mandar Maju.

Hutchinson, Kevin L. *Readings in Organizational Communication*, 1992, Dubuque,LA: Win.C.Brown Publishers.

Kriyantono, Rachmat.*Teknik Praktis Riset Komunikasi*, 2006, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Luthans, Fred. *Organizational Behaviour 10th Edition*, 2005, The McGrow.Hill Companies. Ins

McQuail, Dennis.*Teori Komunikasi Massa Edisi Kedua,* 1986, Jakarta: Airlangga.

Rahardjo, Budi. *Memahami Teknologi Komunikasi,* 2002, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.

Sopiah. *Perilaku Organisasional,* 2008, Yogyakarta : Andi Offset

Sutedjo, Budi Dharma Oetome. *Terminologi Populer Sistem Informasi,* 2003, Yogyakarta: Graha Ilmu

Yaacob, Hashim Fauzy. *Komunikasi Antara Manusia*, 2001, Malaysia : Universitas Teknologi Malaysia.

Zaki, Ali. *Berkomunikasi Murah Via Internet*, 2008, Jakarta : PT. Elex Media Komputindo