

**PEMANFAATAN INTRANET SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERNAL
PUBLIC RELATIONS PT PERTAMINA (PERSERO) REFINERY UNIT (RU) II
DUMAI, PROVINSI RIAU**

Nina Rahmawati

Email : ninarahmawati12@yahoo.co.id

Pembimbing : Ir. Rusmadi Awza, S.sos, M.Si

Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Riau

Kampus bina widya jl.H.R.Soebrantas Km.12,5 Simp Baru pekanbaru 28293.

Telp/fax.0761-63277

Abstrack

Intranet is a network that is built on Internet technology in which there are web applications and data communications technology. Intranet based LAN and using TCP / IP (Transmission Control Protocol / Internet Protocol) that enables a computer to send and receive data based on the address of each. Thus, the intranet is very suitable for use by the Public Relations (PR) PT. Pertamina RU II Dumai as the company's internal communications media.

The purpose of this research is to 1). Knowing the effectiveness of PR in using intranet, 2). Knowing how to deliver information from the company's internal PR, 3). Knowing the response of employees in the use of the intranet.

This study uses descriptive qualitative approach Organizing Theory or Theory of Information and Organization Two way assymetrical Model (Model Asymmetric Two-Way). Data collection techniques using nonparticipant observation, in-depth interviews, and documentation. Informants selected by purposive sampling technique and technique of Accidental, informants consisted of Public Relations Section Head, Chief Editor of Data & Media Publications Officer and employees of Pertamina RU II Dumai.

From the results of this study, researchers concluded that: 1). PR publishing company policies and information well on the intranet, seen from the enthusiasm of employees in responding it 2). PR plays a major role in publicizing information via the intranet, so that the delivery of information is quite prevalent in the corporate environment. 3). The response of employees in the use of the intranet is good enough, because the employees are very enthusiastic in response to any renewal of existing on the company intranet. currently existing within the intranet Idea Generation in sub site that serves to accommodate all the aspirations, ideas, comments and so on, but there is still not a direct two-way communication in the intranet menu.

Keyword : Public Relations, Internal Communication, Media Public Relations, Technology, Intranet.

Pendahuluan

Salah satu dari tujuh Refinery Unit (RU) pengolahan yang dimiliki PT Pertamina (Persero) adalah Refinery Unit II yang terletak di Kota Administratif Dumai, Pertamina merupakan perusahaan minyak dan gas bumi terbesar di Kota Dumai dan menjadi satu-satunya perusahaan yang menggunakan jaringan intranet dengan IP adress khusus (10.52.05/a/index.php) sebagai media internal perusahaan selain komunikasi tatap muka atau secara langsung di Kota Dumai yang menghadirkan suatu inovasi komunikasi Internal *Public Relations* melalui media intranet sehingga hanya internal Pertamina RU II Dumai yang bisa mengakses media intranet berupa web tersebut.

Intranet PT Pertamina (Persero) RU II Dumai mulai terbentuk sejak tahun 1996. Pada awal penciptaannya dibuat oleh bagian IT namun dalam pengoperasian intranet diserahkan kepada bagian Data & Media Publication Officer. Pada awal keberadaan intranet ini hanya berbentuk jaringan yang sangat terbatas, yakni bentuk *voice*. Kemudian tahun 1999 jaringan sederhana mulai beralih ke PC/Komputer serta dibangunlah jaringan hampir ke seluruh kilang yang masih berbentuk statis, tampilannya hanya berupa informasi tanpa memberikan input. Tahun 2001 jaringan dan *email* sudah menjadi lebih dinamis dengan *database*. Akhir tahun 2006 sudah banyak informasi yang diperoleh melalui intranet. Tampilan intranet disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing pengguna. Dan yang memiliki *password* admin intranet hanya bagian Data & Media Publication Officer.

Bagian *Public Relations* khususnya bagian Data dan Media Publications Officer PT Pertamina (Persero) RU II Dumai mempublikasikan berita baru secara *online* melalui intranet mengingat kebijakan manajemen perlu disampaikan dengan cepat dan tepat kepada seluruh karyawan agar apa yang menjadi pesan

publikasi dapat diterima dengan jelas oleh seluruh karyawan khususnya karyawan didalam kilang karena daerahnya yang terisolasi sehingga jauh dari sumber informasi. Hal ini mempermudah kinerja petugas Data & Media Publications serta mempercepat tercapainya tujuan perusahaan itu sendiri. Data & Media Publications sebagai sebuah fungsi yang mengatur, mengontrol semua isi komunikasi dan juru bicara perusahaan harus mampu menyajikan isi komunikasi di situs intranet dengan baik. Hal ini memiliki implikasi terhadap kepentingan *Public Relations* dalam menjalankan tugasnya sehingga pencapaian tujuan lebih maksimal.

Media Intranet PT Pertamina (Persero) RU II Dumai yang mana didalamnya tidak terdapat komunikasi dua arah seperti aplikasi forum chat intranet atau forum diskusi untuk memberi komentar langsung, saran, atau informasi tambahan tentang perusahaannya yang berfungsi untuk membahas isu-isu kunci dalam aplikasi forum intranet yang dapat menyebabkan ide-ide baru dalam manajemen, produktivitas, kualitas, dan isu-isu perusahaan lainnya, yang berguna untuk kemajuan PT Pertamina RU II Dumai karena intranet hanya untuk mempublikasikan kebijakan atau informasi di sekitar perusahaan (terlampir). Apabila ada komentar terhadap suatu berita yang telah di posting ke dalam intranet, maupun tentang segala sesuatu yang terjadi di Pertamina (Persero) RU II Dumai, karyawan atau atasan hanya bisa langsung mengirimkan komentar, saran dan informasi tambahan melalui email yang ada pada intranet tersebut ke bagian Media & Publications Officer yang bersifat pribadi dan tidak ter-ekspose ke tampilan intranet tersebut. Dan biasanya untuk pengumuman yang bersifat undangan, bagian Media & Publications Officer membroadcast undangan melalui intranet sehingga seluruh pekerja dapat melihat

undangan melalui intranet tersebut dan undangan yang ditujukan hanya bagi sebagian pekerja maka akan dikirim melalui *email* masing-masing, kemudian apabila ada yang ingin di bicarakan pekerja Pertamina bisa langsung memberi respon melalui email yang sifatnya pribadi tidak melalui forum.

Oleh karena itu, berdasarkan fungsi internet dan juga fungsi *Public Relations* sebagai media atau alat penghubung komunikasi 2 arah serta jembatan informasi antara pihak manajemen dengan karyawan maupun sebaliknya yang mana disini berperan sebagai *public internal* perusahaan seharusnya intranet dapat di manfaatkan sebagai media komunikasi 2 arah, maka peneliti ingin meneliti

Pemanfaatan Intranet Sebagai Media Komunikasi Internal *Public Relations* PT Pertamina (Persero) Refinery Unit (RU) II Dumai, Provinsi Riau.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Pengorganisasian atau Teori Informasi Organisasi

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Pengorganisasian atau Teori Informasi Organisasi oleh Karl Weick. Karl Weick mengembangkan sebuah pendekatan untuk menjelaskan suatu proses mengenai bagaimana organisasi mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang kemudian mentransmisikan kembali informasi tersebut kepada anggota organisasi. Teori Weick menitikberatkan komunikasi sebagai landasan bagi pengorganisasian dan memberikan sebuah konsep pengorganisasian yang berfokus pada aktivitas dan proses. Proses pengorganisasian itulah yang menghasilkan organisasi. Organisasi tentunya memiliki struktur, namun makna dari organisasi tersebut lebih dari sekedar struktur organisasi. Menurut teori ini, organisasi terbentuk melalui proses dan aktivitas komunikasi. Weick memandang

struktur sebagai aktivitas yang lebih spesifik lagi, yakni sebagai aktivitas komunikasi. (Pace dan Faules, 2005: 79)

Dengan demikian, fokus utama Karl Weick ini adalah pertukaran informasi (*information exchange*) yang terjadi dalam organisasi dan bagaimana anggota organisasi mengambil langkah untuk memahami pertukaran informasi tersebut. Weick (dalam West dan Turner, 2009: 335) mengonseptualisasikan bahwa "*organisasi berbicara dengan dirinya sendiri*", artinya anggota organisasi tersebut memiliki peranan penting dalam menciptakan dan memelihara makna pesan. Atas dasar inilah, Karl Weick menggagas Teori Informasi Organisasi atau Teori Pengorganisasian.

Teori Informasi Organisasi atau Teori Pengorganisasian ini mengarah kepada adanya aktivitas Proses mengumpulkan, Pengolahan dan pemanfaatan informasi yang dilakukan *Public Relations* khususnya bagian data dan media publications officer kemudian mentransmisikan kembali informasi tersebut kepada anggota organisasi melalui Intranet Pertamina (Persero) RU II Dumai. Two way Assymetrical Model (Model Asimetris dua Arah) oleh Grunig & Hunt

Formulasi Grunig merupakan landasan dalam penelitian ini, yang mana dalam teorinya menyebutkan bahwa cara yang tepat menggambarkan kegiatan komunikasi digambarkan formulasi Grunig dalam kegiatan riset komunikasi : Pengenalan pendekatan *scientific* melahirkan praktek *public relations* dua arah. Praktisi *public relations* menggunakan hasil riset untuk mengembangkan pesan-pesannya dengan maksud untuk mempermudah membujuk publik agar publik berpikir, bersikap dan bertindak sesuai dengan harapan dan keinginan organisasi. Model ini juga disebut sebagai model persuasi ilmiah (*scientific persuasion*) yang menggunakan hasil-hasil riset tentang sikap misalnya, untuk merancang pesan. Rahasia manipulasi yang berhasil adalah dalam

memahami motivasi orang dan menggunakan riset untuk mengidentifikasi pesan dapat merubah sikap dan perilaku sesuai keinginan organisasi. Model ini lebih mementingkan pembelaan organisasi dari pada mencari solusi terbaik bagi penyelesaian problem *public relations* yang muncul. Sehingga muncul asumsi bahwa organisasi selalu benar dalam tindakannya, sementara publik tidak pernah diakomodasi kepentingannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan Teori Pengorganisasian atau Teori Informasi Organisasi dan *Two way Assymetrical Model* (Model Asimetris Dua Arah). Teknik pengumpulan data menggunakan observasi nonpartisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling* dan teknik *Accidental*, informan terdiri dari *Public Relations Section Head*, Pimpinan Redaksi Data & Media *Publication Officer* dan karyawan Pertamina RU II Dumai, Provinsi Riau.

Pembahasan Pemanfaatan Intranet Sebagai Media Komunikasi Internal *Public Relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery (RU) II Dumai, Provinsi Riau.

1. Bagaimana *Public Relations* PT Pertamina (Persero) RU II Dumai, dalam memanfaatkan intranet sebagai media komunikasi internal ?

Tidak bisa dipungkiri bahwa setiap instansi perusahaan maupun organisasi melakukan komunikasi internal dalam hal pertukaran informasi dan pendelegasian tugas. Komunikasi internal yang dilakukan disesuaikan dengan keadaan baik melalui komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal. Dengan melakukan komunikasi diharapkan terjadi perubahan sikap, pendapat, dan tingkah laku

seseorang dalam melakukan tugasnya sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan dapat tercapai.

Saluran komunikasi utama yang digunakan dalam komunikasi internal : Majalah staf dahulu hingga kini merupakan satu-satunya cara yang dipakai pihak manajemen untuk berkomunikasi dengan staf, tetapi sekarang majalah ini hanya salah satu dari banyak saluran dan tidak lagi menjadi yang paling penting, E-mail, Intranet, Pertemuan tatap muka, misalnya pertemuan staf, *Conference call*, TV internet, Video, Radio, Papan pengumuman, Berbagai bahan cetak selain buletin.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara penulis dengan Pimpinan Redaksi bagian Data & Media Publications PT. Pertamina (Persero) RU II, seperti yang dikutip berikut :

“Media komunikasi yang digunakan PT Pertamina (Persero) RU II Dumai untuk menjangkau publik internalnya, sebelum 2014 menggunakan buletin internal, kemudian intranet, *broadcast email*, percetakan, distribusi, *running texts*, baliho, spanduk”. (wawancara dengan, Wien Rachusodo, 04 November 2014).

Menurut pengamatan dan informasi yang di terima peneliti, pada saat ini bulletin internal atau yang disebut warta sudah tidak digunakan lagi karena sulit dalam pendistribusian, hal tersebut menyebabkan informasi didalamnya sudah tidak update lagi ketika berada di tangan karyawan. Sehingga hanya akan menumpuk dan tidak terbaca lagi.

Public Relations memanfaatkan intranet sebagai media komunikasi internal antara atasan dengan karyawan. Dalam memanfaatkannya *Public Relations* menggunakan intranet sebagai alat komunikasi internal dengan karyawan, baik dalam mempublikasi informasi, edaran, undangan dan himbuan agar karyawan melakukan sesuai yg diperintahkan di dalam pengumuman tersebut.

Berdasarkan wawancara dengan Pimpinan Redaksi bagian Data dan Media Publication Wien Rachusodo yaitu sebagai berikut :

Kegiatan *Public relations* sehari - hari secara umum adalah melakukan peliputan sebuah kegiatan rapat, serah terima jabatan (Sertijab), *Family Gathering*, dan event Pertamina lainnya dari berbagai unit sesuai dengan sebuah undangan yang telah dikirimkan kepada bagian Data & Media Publications officer, setelah melakukan peliputan, berita tersebut dikoreksi dan kemudian di publikasikan kepada karyawan melalui intranet agar karyawan mendapatkan informasi terbaru di seputar lingkungan PT Pertamina (Persero) RU II Dumai. Informasi itu yang nantinya menjadi sumber informasi terbaru bagi karyawan biasanya event/kegiatan yang diliput pada hari itu akan dipublikasikan ke intranet pada keesokan harinya, sedangkan undangan, maupun berita duka harus pada saat itu juga di publikasikan pada intranet agar tepat waktu penyampaian informasinya dan ditampilkan di layar intranet paling atas sebagai edaran. Didalam intranet juga disertai foto-foto kegiatan. (Wawancara, 04 November 2014).

Menurut pengamatan peneliti melalui pemanfaatan intranet tersebut, *Public Relations* melakukan komunikasi internal kepada karyawan khususnya oleh bagian Data dan Media Publications Officer. Dari intranet tersebut *Public Relations* mempublikasikan beberapa informasi dan menimbulkan berbagai respon dari karyawan, namun respon tersebut tidak bisa langsung di tuang kedalam intranet, maka hanya terjadi komunikasi satu arah pada media intranet ini antara *Public Relations*, karyawan maupun atasannya.

Pemanfaatan Intranet sebagai media internal *Public Relation* sangat bermanfaat dengan didukung pernyataan oleh Pimpinan Redaksi bagian Data & Media Publication Wien Rachusodo sebagai berikut :

“Pemanfaatan intranet sudah berfungsi dengan baik sebagai media komunikasi internal *Public Relations* dalam menyampaikan informasi kepada seluruh karyawan ditambah dengan *broadcast email* jika suatu ada pengumuman, berita atau informasi yang hanya ditujukan untuk beberapa unit didalam kilang PT Pertamina (Persero) RU II Dumai”. Keuntungan yang diperoleh dari penggunaan intranet menjadi lebih ramah lingkungan, hemat biaya, lebih cepat terfokus pada internal, serta dapat dengan cepat dikoreksi/diperbaiki”. (Wawancara, 04 November 2014).

Menurut penelitian diatas pemanfaatan intranet sudah berfungsi dengan baik sebagai komunikasi internal kepada karyawan. Dan keuntungan menggunakan intranet menjadi lebih efisien dalam hal waktu dan biaya.

2. Bagaimana Pesan *Public Relations* PT Pertamina (Persero) RU II Dumai melalui media Intranet

Menurut pengamatan penulis, intranet pada PT. Pertamina RU II dikelola oleh bagian IT & Data dan Media Publications (PR), bagian inilah yang akan mempersiapkan sebuah materi hingga di tampilkan sebagai berita pada intranet. Untuk pengelolaan intranet ini perusahaan menggunakan anggaran operasional bagian Sistem Informasi & Komunikasi.

“Sebelum menampilkan berita pada internet, banyak hal yang harus dipersiapkan pada awalnya petugas di bagian media dan audio visual akan melakukan peliputan pada suatu event. Kemudian setelah peliputan selesai, foto dan informasi yang di peroleh diserahkan kepada pengawas media dan audio visual untuk selanjutnya diperiksa. Pengawas media dan audio visual bertugas memeriksa apakah materi tersebut akan memberikan dampak yang positif atau negatif terhadap citra perusahaan serta apakah berita tersebut akurat dan dapat

dipertanggung jawabkan, setelah melalui proses seleksi berita tersebut dapat di tampilkan pada intranet. *Operator Website* akan melakukan *upload* foto sesuai ukuran yang paling tepat untuk menggambarkan keadaan dan menampilkan informasi yang diperoleh “(wawancara dengan Wien Rachusodo, Pimpinan Redaksi bagian Data dan media publication RU II, 04 November 2014).

Menurut Pengamatan peneliti, sebelum unit/bagian yang ingin diliput kegiatannya wajib menginformasikan kegiatan tersebut beberapa hari sebelum kegiatan itu dilaksanakan kepada bagian data & Media Publications, agar bagian Data & Media Publication bisa hadir beberapa jam sebelumnya, sehingga tidak ada ketinggalan meliput kegiatan tersebut. Kemudian berita yang telah diperoleh di serahkan kepada pengawas bagian Data & Media Publications agar berita yang nantinya akan ditampilkan pada layar intranet tidak merugikan pihak manapun.

Hal ini sesuai dengan Teori Pengorganisasian atau Teori Informasi Organisasi oleh Karl Weick. Karl Weick mengembangkan sebuah pendekatan untuk menjelaskan suatu proses mengenai bagaimana organisasi mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang kemudian mentransmisikan kembali informasi tersebut kepada anggota organisasi. Teori Weick menitikberatkan komunikasi sebagai landasan bagi pengorganisasian dan memberikan sebuah konsep pengorganisasian yang berfokus pada aktivitas dan proses. Proses pengorganisasian itulah yang menghasilkan organisasi.

Organisasi tentunya memiliki struktur, namun makna dari organisasi tersebut lebih dari sekedar struktur organisasi. Menurut teori ini, organisasi terbentuk melalui proses dan aktivitas komunikasi. Weick memandang struktur sebagai aktivitas yang lebih spesifik lagi, yakni sebagai aktivitas komunikasi. (Pace dan Faules, 2005: 79)

Pada intranet Pertamina (Persero) RU II ini menu yang ditampilkan adalah Profil Perusahaan (sejarah perusahaan, visi & misi, tata nilai perusahaan, struktur organisasi), Produk & Performa, Berita & Informasi (agenda rapat, informasi pejabat, ulang tahun dinas, ulang tahun pekerja, dan MPPK), Fasilitas (booking seat pesawat, bus, email, galeri foto) dan Links.

“Untuk memperlancar arus komunikasi, kini PT.Pertamina RU II memiliki link dengan Pertamina Pusat, Unit Pemasaran Pertamina, dan Unit Pengolahan lainnya. Sumber informasi yang paling banyak digunakan di internal perusahaan ini adalah intranet. Bila dibandingkan dengan media internal lainnya media ini dianggap ramah lingkungan, lebih cepat terfokus pada internal, lebih hemat waktu, biaya, serta dapat cepat dikoreksi. Intranet juga memperlancar komunikasi sesama karyawan melalui *mailist* yang disediakan, disamping itu karyawan juga mengetahui kebijakan-kebijakan baru yang oleh para pembuat keputusan” (Wien Rachusodo, 04 November 2014).

Menurut pengalaman peneliti intranet dilengkapi dengan link Intranet Pertamina Pusat, kemudian intranet dari beberapa unit Pemasaran dan Unit Pengolahan. Sehingga kita dapat membandingkan isi intranet PT Pertamina (Persero) RU II Dumai dengan Pertamina daerah lain yang berfungsi untuk kemajuan perkembangan intranet kemudian, dan juga mudah untuk mendapatkan informasi terupdate sehingga mendapatkan pengetahuan lebih tentang Pertamina.

3. Bagaimana Umpan Balik Karyawan PT Pertamina (Persero) RU II Dumai dalam memanfaatkan intranet sebagai media komunikasi internal.

Umpan Balikan adalah isyarat atau tanggapan yang berisi kesan dari penerima pesan dalam bentuk verbal maupun nonverbal. Tanpa balikan seorang

pengirim pesan tidak akan tahu dampak pesannya terhadap sipenerima pesan. Hal ini penting bagi manajer atau pengirim pesan untuk mengetahui apakah pesan sudah diterima dengan pemahaman yang benar dan tepat. Balikan dapat disampaikan oleh penerima pesan atau orang lain yang bukan penerima pesan. Balikan yang disampaikan oleh penerima pesan pada umumnya merupakan balikan langsung yang mengandung pemahaman atas pesan tersebut dan sekaligus merupakan apakah pesan itu akan dilaksanakan atau tidak.

Balikan yang diberikan oleh orang lain didapat dari pengamatan pemberi balikan terhadap perilaku maupun ucapan penerima pesan. Pemberi balikan menggambarkan perilaku penerima pesan sebagai reaksi dari pesan yang diterimanya. Balikan bermanfaat untuk memberikan informasi, saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan dan membantu untuk menumbuhkan kepercayaan serta keterbukaan diantara komunikan, juga balikan dapat memperjelas persepsi.

Grunig (1993) memandang pengenalan model Asimetris dua arah sebagai pendekatan *scientific* melahirkan praktek *Public Relations dua arah*. *Praktisi Public Relations* menggunakan hasil riset untuk mengembangkan pesan-pesannya dengan maksud untuk mempermudah membujuk publik agar publik berpikir, bersikap dan bertindak sesuai dengan harapan dan keinginan organisasi.

Mengacu pada model Grunig yang juga disebut model persuasi ilmiah (*scientific persuasion*). Yang menggunakan hasil-hasil riset tentang sikap misalnya untuk merancang pesan. Disini sebelum informasi-informasi di terbitkan melalui intranet kepada karyawan, terlebih dahulu bagian operator website melakukan pemeriksaan apakah materi tersebut akan memberikan dampak yang positif atau negatif terhadap citra perusahaan. Maka informasi tersebut

sudah melalui tahapan tahapan riset yang dapat dimanipulasi agar dapat memahami motivasi orang dan menggunakan riset untuk mengidentifikasi pesan yang dapat merubah sikap dan perilaku sesuai keinginan perusahaan.

Seiring dengan perkembangan teknologi, intranet ini selalu mengalami pembaruan dan terakhir kali di *update* pada tahun 2014, baik dari segi konten/isi serta tampilannya, hal ini disesuaikan dengan perubahan logo dan perubahan ditubuh pertamina itu sendiri. Serta dibuatlah fasilitas untuk memampung Ide, saran dan komentar dari para karyawan Pertamina (Persero) RU II Dumai yang diberi nama Idea Generation pada sub Web Internal. Didalam intranet setiap orang/fungsi yang ada di RU II memiliki halaman (Knowledge) masing-masing, jadi setiap orang/fungsi tersebut dapat menginformasikan berbagai hal yang berasal dari fungsi itu sendiri dan dapat memberikan ide, saran atau komentar melalui Idea Generation yang nantinya akan bisa dilihat dan dibaca karyawan lainnya. Namun komentar atau saran tersebut tidak bisa langsung di balas oleh karyawan lainnya. Ini menunjukkan adanya kemajuan dalam intranet Pertamina (Persero) RU II Dumai.

Sesuai wawancara dengan karyawan kilang PT Pertamina (Persero) RU II Dumai yaitu Nerviansyah Gultom sebagai berikut :

“Karyawan juga dapat mengisi intranet, misalnya memberikan masukan, Ide, saran kepada manajemen atau kreatifitas lain karena sudah ada fasilitas komet Idea Generation pada Web Internal namun, saat ini masih bersifat 1 arah dan belum dapat di respon atau dibalas secara langsung”. (Wawancara, 04 November 2014).

Menurut hasil penelitian diatas karyawan saat ini telah dapat mengisi intranet yaitu melalui fasilitas Idea Generation pada Web Internal namun komentar tersebut tidak bisa dibalas oleh bagian Data & Media Publications Officer, karyawan, maupun atasan. Hanya bisa

dilihat dan dibaca saja, karena itu masih bersifat komunikasi internal 1 arah.

Menurut pengamatan peneliti, Intranet Pertamina (Persero) RU II Dumai sudah mengalami perkembangan yang bagus dalam pemanfaatannya untuk menjadi media komunikasi Internal *Public Relations*. Dan para karyawan pun merasa terbantu dengan kemajuan pemanfaatan intranet ini. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara penulis dengan Karyawan PT. Pertamina (Persero) RU II, seperti yang dikutip berikut :

“Kami sangat terbantu dengan adanya intranet ini, segala pekerjaan menjadi lebih cepat terselesaikan. Selain menggunakan telepon, kami juga berkomunikasi dengan menggunakan intranet melalui *email* “.(wawancara dengan Iwan Kurniawan, 04 November, 2014).

Menurut Pengamatan peneliti, dengan kehadiran intranet membuat pekerjaan karyawan menjadi lebih cepat, mudah, dapat menghemat waktu bekerja dan juga biaya.

Mengacu kepada model Komunikasi Grunig, *Public Relations* PT. Pertamina (Persero) Refinery Unit (RU) II Dumai, Provinsi Riau bertindak sebagai sumber informasi (komunikator) yang memanfaatkan intranet sebagai wadah untuk menyampaikan ide, saran maupun komentar dari pesan berupa kebijakan perusahaan yang telah dipublikasikan melalui intranet. Pesan yang berupa kebijakan perusahaan dibuat sedemikian rupa dan dikirim melalui intranet sebagai media komunikasi internal perusahaan. Melalui sinyal dari komunikasi dua arah ini diharapkan karyawan yang menggunakan intranet sebagai penerima dapat menangkap maksud dari pesan tersebut dan dapat merespon pesan yang diterima melalui intranet berupa informasi sehingga tujuan yang ingin dicapai dapat terealisasi dengan sempurna dan dapat menindaklanjuti informasi tersebut.

Contoh dari publikasi kebijakan baru perusahaan yang disampaikan melalui intranet adalah :

1. Edaran
2. Index berita RU II
3. ucapan terimakasih PKM Pilpres
4. ulang tahun dinas & karyawan
5. Idea Generation

Pada penelitian ini pengujian pemanfaatan intranet sebagai media komunikasi internal *Public Relations* RU II Dumai lebih difokuskan kepada :

Pertama : melihat respon karyawan yang memberikan informasi dan komentar pada intranet. *Public Relations* PT. Pertamina (Persero) RU II menggunakan intranet sebagai media komunikasi internal kepada karyawan. Sehingga pemanfaatan intranet dapat diukur melalui orang yang memberikan informasi dan komentar yang mengunjungi intranet.

Kedua : mengukur tingkah laku khalayak. Mengukur dampak dari kegiatan penggunaan intranet dapat dilihat dari perilaku khalayak. Pengukuran dapat dilihat dari beberapa banyak orang yang memberikan umpan balik atas berita yang disampaikan, dan berapa banyak orang yang menggunakan jasa perusahaan.

Ketiga : memantau penambahan *data base*, sifat intranet yang “*one to one*” memungkinkan *Public Relations* PT. Pertamina (Persero) RU II Dumai untuk mendapatkan informasi secara rinci tentang khalayak sasaran, yang tidak dapat diperoleh dari tatanan komunikasi lain yang bersifat konvensional.

“Dengan menggunakan intranet pekerjaan dapat terselesaikan lebih cepat, terfokus pada internal, lebih cepat dikoreksi dan lebih ramah lingkungan. (wawancara dengan Wien Rachusodo, 04 November 2014).

Penulis melakukan wawancara kepada 8 orang, tentang manfaat yang diperoleh internal perusahaan melalui penggunaan intranet sebagai media internal *Public Relations* pada PT. Pertamina (Persero) RU II Dumai. Hasil wawancara merupakan media internal

perusahaan yang paling dimanfaatkan bila ditinjau dari fungsinya sebagai sumber informasi dan berguna untuk memperlancar tugas mereka sehari-hari serta berfungsi sebagai media komunikasi antar sesama karyawan. Melalui intranet ini para karyawan dengan mudah mengakses apa saja yang menjadi kebijakan-kebijakan baru perusahaan.

Ternyata fenomena yang terjadi di lapangan bila dihubungkan dengan teori dibawah ini, sudah berjalan dengan baik walaupun masih membutuhkan perbaikan. Teori yang dimaksud adalah, ada lima pokok tugas humas antara lain menurut Rumanti (2002:39) :

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan tujuan kegiatan yang dilakukan
2. Memonitor atau merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat.
3. Memperbaiki citra organisasi, citra yang biasa mendapat kepercayaan adalah citra dari kenyataan identitas organisasi.
4. Tanggung jawab sosial. *Public Relations* merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut terutama publik internal dan eksternal.
5. Komunikasi dalam *Public Relations* merupakan komunikasi sentral, maka perlu memiliki pemimpin dan organisasi.

Faktor pendukung dan penghambat komunikasi internal

a. Tersedianya sarana dan prasarana
“Keberadaan fasilitas komputer yang dilengkapi dengan intranet disetiap ruang kerja dapat memperlancar kegiatan penggunaan intranet itu sendiri. Para pekerja dibagian pendukung, seperangkat komputer selalu tersedia di setiap meja minimal 2 unit komputer disetiap ruang

kerja. Sarana komputer memang dilengkapi oleh perusahaan mengingat hal ini sangat membantu kelancaran tugas para pekerja, bagi unit pendukung intranet sangat berguna untuk memperoleh informasi dan sebagai alat komunikasi sesama karyawan. Sedangkan untuk karyawan di unit produksi intranet lebih digunakan untuk menginformasikan perkembangan kilang. “para karyawan operasional menggunakan intranet lebih di prioritaskan untuk melaporkan setiap perkembangan yang terjadi didalam kilang” (wawancara dengan Wien Rachusodo, 04 November 2014).

b. Kebutuhan akan informasi

Para pekerja biasanya selalu memanfaatkan intranet untuk memperoleh informasi, dan kebijakan baru perusahaan. Berita yang disajikan pada intranet lebih singkat dan padat jika dibandingkan dengan media lain yang terdapat di perusahaan, sehingga karyawan lebih memilih menggunakan media intranet ini walaupun berita yang disampaikan tidak berbeda.

“Berita yang disampaikan pada intranet lebih singkat dan padat bila dibandingkan dengan media cetak internal yang ada dalam perusahaan. Sehingga membuat karyawan lebih memilih menggunakan intranet. Media cetak warta Pertamina dibaca hanya jika karyawan memiliki kepentingan dengan isinya, seperti bonus, dan pengumuman-pengumuman yang tidak terdapat dalam intranet” (wawancara dengan karyawan, Teuku Taufiq, 04 November 2014).

c. fasilitas-fasilitas yang tersedia pada intranet.

Fasilitas yang disediakan intranet sangat mempermudah karyawan dalam melaksanakan tugas sehari-hari, misalnya membuat SPD (Surat Perintah /dinas), *booking seat* pesawat, dan urusan lainnya. Perkembangan teknologi, perusahaan kearah *online* sehingga akan mempermudah dan memperlancar aktivitas

harian. Sehingga fasilitas intranet memang menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari karyawan.

“Karyawan dapat melihat intranet jika hanya melalui komputer di sekitar ruang lingkup kerja PT. Pertamina (Persero) RU II Dumai saja, karena komputer di area tersebut menggunakan jaringan LAN internal dengan IP Adress Khusus (10.52.05/a/index.php). oleh sebab itu jika karyawan diluar kantor tidak dapat mengakses intranet pada Handphone (HP) mereka. Mereka hanya bisa mendapatkan informasi dari teman yang sedang berada

didalam kantor, begitu juga sebaliknya. Pada saat ini intranet hanya terfokus pada komputer kantor saja. Kemudian bagi karyawan kilang yang didalam kantor dapat memberikan umpan balik berupa saran atau komentar bisa melalui Idea Generation pada Web Internal di intranet namun komentar tersebut tidak bisa di komentari langsung, hanya bisa dibaca oleh seluruh karyawan pertamina dan belum banyak yang mengetahuinya”. (wawancara dengan karyawan, Nerviansyah Gultom, 04 November 2014).

Daftar Pustaka

- Anggoro, Linggar, M. 2001. *Teori & Profesi Kehumasan, Serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. M. 2011. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Public, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Butterick, Keith. 2013. *Pengantar Public Relations, Teori dan Praktik*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations, Konsep, pendekatan, dan praktik*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Julius, Ono Bob. 2004. *Cyber Public Relations*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Public Relations Writing, Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Prayudi. 2012. *Public Relations Stratejik*. Yogyakarta : CV Pandan mas.
- Rasyid, Anuar. 2009. *Kapita Selekta Humas*. Pekanbaru : CV. Witra Irzani
- _____. 2011. *Dasar-dasar Public Relations*. Pekanbaru : CV. Witra Irzani
- Riswandi. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta : Graha ilmu.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2002. *Dasar - Dasar Public Relations Teori dan Praktek*. Jakarta : Gramedia Widia Sarana.
- Ruslan, Rosadi. 2004. *Kiat dan Strategi kampanye Public Relations*. Jakarta : Rajawali Pers.
- _____. 2010. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi , Konsepsi dan aplikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2010. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Wayteg, Tom. 2013. *Kamus Internet, Cara cepat dan praktis masuk dunia cyber*. Surabaya : Liris.
- Yasir. 2009. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru : CV. Witra Irzani.