

## ANALISIS EFEKTIVITAS MEDIA INTERNAL WEBSITE MyBCA DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN PT BANK CENTRAL ASIA KCU WISMA ASIA

Yesa Felicia Santoso, Aska Leonardi

Prodi S1 Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Sahid Jakarta  
[yesafelicia@gmail.com](mailto:yesafelicia@gmail.com), [askaleonardi@yahoo.co.id](mailto:askaleonardi@yahoo.co.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan yaitu untuk mengetahui apakah media internal website MyBCA efektif digunakan dalam pemenuhan kebutuhan informasi para karyawannya. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Penentuan sampel menggunakan metode quota sampling dengan teknik pengumpulan data yaitu kuisioner. Kemudian data yang didapat dianalisa dengan menyederhanakan data menggunakan *coding book dan coding sheet*. Teori yang digunakan adalah teori *Uses & Gratification* dimana penulis membatasi dalam kebutuhan kognitif atau kebutuhan seputar informasi. Penilaian pemenuhan kebutuhan informasi meliputi *distribution, awareness, reliability, understanding, readability, dan cost*. Hasil penelitian menunjukkan indikator *distribution* dan *awareness* mendapatkan hasil paling rendah dan masih perlu ditingkatkan lagi. Untuk *reliability* mendapatkan hasil yang paling tinggi dibandingkan indikator yang lainnya yang berarti sudah baik dalam memberikan informasi terkait persoalan-persoalan yang ada.

**Kata Kunci :** Efektivitas, Media Internal, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, *Uses & Gratifications*

### PENDAHULUAN

PT. Bank Central Asia Tbk (BCA) adalah salah satu bank dengan aset terbesar di Indonesia (Yudistira, 2018:1), sehingga dituntut untuk selalu melakukan pembaruan informasi secara cepat, dan aktual. Selaku perusahaan perbankan besar, BCA tentunya memiliki struktur organisasi yang besar pula, dengan jumlah pekerja yakni lebih kurang sebanyak 25.439 karyawan tercatat pada 2017 (Bank Central Asia, 2018:1-2). Para karyawan ini tentunya memerlukan berbagai informasi terkait BCA.

BCA berupaya mengikuti perkembangan teknologi internet terkait pemenuhan kebutuhan informasi karyawannya. Perkembangan teknologi ini terwujud dalam satu media internal berbasis internet yang dapat mengakses seluruh media internal berbasis internet lainnya. Media internal yang dimaksud adalah [www.mybcaportal/pages/homepages.aspx](http://www.mybcaportal/pages/homepages.aspx), sebagai wujud efisiensi yang dilakukan BCA untuk mengkolaborasi semua media internalnya ke dalam satu media berbasis internet.

Website MyBCA diharapkan mampu menyediakan informasi secara aktual, dan cepat bagi seluruh karyawan agar tidak ketinggalan informasi seputar ekonomi, dan perbankan. Website mybca berfungsi sebagai media komunikasi internal yang dapat diakses oleh seluruh karyawan di seluruh cabang BCA se-Indonesia. Terdapat berbagai macam informasi terbaru terkait ketentuan operasional perbankan, investasi, suku bunga atau pun berita yang menjadi perbincangan hangat di Indonesia. Website MyBCA juga

dapat mengakses media internal lain yang digunakan untuk kegiatan operasional di cabang, semisal BDS WEB, Avantrade, BCA CRM, SPECTA LITE, dan RONA.

Website MyBCA hanya dapat diakses melalui perangkat komputer yang ada di BCA. Karyawan dapat mengakses informasi teranyar yang didistribusikan dari kantor pusat. Namun demikian, website ini juga terdapat kendala. Para karyawan mengalami kesulitan dalam menemukan informasi. Karyawan tidak mendapatkan informasi yang ingin diinginkan dalam sekali pencarian. Dibutuhkan kata kunci yang spesifik agar para karyawan mendapatkan informasi yang diinginkannya. Sehingga karyawan harus melakukan pencarian lanjutan, atau membuka satu persatu tautan informasi yang muncul di website. Berdasarkan pemaparan, dilakukanlah penelitian mengenai seberapa efektif website MyBCA dalam pemenuhan kebutuhan informasi karyawan BCA di KCU Wisma Asia.

### **Rumusan Masalah Penelitian**

Penelitian ini fokus pada penggunaan website MyBCA sebagai media internal guna memenuhi kebutuhan informasi karyawan BCA KCU Wisma Asia. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa efektif media internal website MyBCA dalam pemenuhan kebutuhan informasi karyawan BCA di KCU Wisma Asia?

### **Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan penelitian:

1. Mengetahui seberapa efektif website MyBCA dalam pemenuhan kebutuhan informasi karyawan BCA di KCU Wisma Asia.

Manfaat penelitian:

1. Menjadi masukan untuk pengembangan strategi terkait pemenuhan kebutuhan informasi karyawan Bank Central Asia, khususnya KCU Wisma Asia.
2. Menjadi masukan bagi Bank Central Asia khususnya KCU Wisma Asia dalam mengembangkan media internalnya, sebagai upaya pemenuhan kebutuhan informasi karyawan.
3. Menjadi sumber informasi bagi masyarakat terkait pembinaan hubungan publik internal melalui media internal.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Komunikasi Organisasi**

Goldhaber mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai suatu proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau selalu berubah-ubah (Muhammad, 2015:67). Sehingga dapat dijelaskan bahwa komunikasi organisasi memiliki maksud untuk mengirimkan, serta menerima berbagai pesan di suatu perusahaan atau organisasi, dalam rangka mencapai tujuan.

### **Komunikasi Internal**

Menurut Brennan, komunikasi internal adalah pertukaran gagasan di antara para administrator dan pegawai dalam suatu organisasi atau instansi yang menyebabkan terwujudnya organisasi tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas, dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal dalam suatu organisasi yang menyebabkan pekerjaan

(operasi manajemen) berlangsung (Effendy, 2017:122). Dengan demikian, perlu adanya saling pengertian antara semua pihak, sehingga apa yang dikomunikasikan dalam organisasi atau instansi dapat dimengerti, dan dilaksanakan. Tanpa adanya komunikasi yang efektif, maka pekerjaan tidak dapat terselesaikan.

### **Media Online**

Menurut Ashadi Siregar, media *online* dapat diartikan sebagai sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan *multimedia* (komputer dan internet). Di dalamnya terdapat portal berita, *website* (situs web), *radio online*, *TV online*, *pers online*, *mail online* dan lain sebagainya, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan pengguna atau konsumen memanfaatkannya (Kurniawan, 2010:20). Sedangkan pengertian *website* menurut Bekti (2015:35), ialah kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

### **Media Internal**

Media internal adalah media yang digunakan oleh *public relations* di dalam menginformasikan suatu berita atau informasi kepada publik internal di dalam suatu perusahaan. Tujuan utama dari media internal adalah memberikan informasi kepada para karyawan mengenai kebijaksanaan dan kegiatan perusahaan, menstimulasi peningkatan produksi dengan memperkenalkan penampilan individual yang baik dan menekankan kebutuhan akan hasil yang lebih baik oleh para karyawan, serta membantu meningkatkan semangat kerja dan loyalitas (Moore, 2011:283).

### **Efektivitas**

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketepatan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai tujuan atau sasaran yang telah ditentukan di dalam setiap organisasi, kegiatan ataupun program (Kowaas, 2017:4). Agung Kurniawan mendefinisikan efektivitas sebagai “kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya” (Kurniawan, 2010:109).

### **Teori Uses and Gratification**

Teori *Uses and Gratification* terfokus pada penggunaan (*uses*) media guna mendapatkan kepuasan (*Gratifications*) seseorang. Katz, Gurevitch, dan Haan dalam buku “Dinamika Komunikasi” karya Onong Uchjana Effendy (2004) menjelaskan kebutuhan manusia dipengaruhi oleh lingkungan sosial, afiliasi kelompok, dan ciri-ciri kepribadian, sehingga terciptalah kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang meliputi:

1. Kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi mengenai pemahaman dan lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan dengan hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan dan memuaskan rasa keingintahuan kita.
2. Kebutuhan afektif yaitu berkaitan dengan peneguhan pengalaman- pengalaman yang

estis menyenangkan emosional. Kebutuhan ini mengacu pada kegiatan atau segala sesuatu yang berkaitan dari segi perilaku yang menyenangkan.

3. Kebutuhan pribadi secara integratif yaitu kebutuhan ini berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual yang diperoleh dari hasrat dan harga diri.
4. Kebutuhan sosial secara integratif yaitu berkaitan dengan peneguhan kontak bersama keluarga, teman dan dunia. Kebutuhan ini didasari oleh keinginan individu untuk berkomunikasi dengan seseorang atau kelompok lain.
5. Kebutuhan Berkhayal yaitu kebutuhan pelepasan ketegangan berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, tegangan dan hasrat akan keanekaragaman (Effendy, 2004:290).

Sebagaimana Teori *Uses and Gratification*, kebutuhan kognitif dalam penelitian ini berkaitan dengan kebutuhan untuk menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman karyawan BCA KCU Wisma Asia. Karyawan membutuhkan informasi guna tuntutan pekerjaan. Keingintahuan karyawan timbul sebagai upaya untuk menyelesaikan tugas pokok. Sehingga keingintahuan karyawan perlu dipenuhi, agar terpuaskan. Kebutuhan informasi terpenuhi bila karyawan dapat memahami tugasnya.

Terkait pemanfaatan media komunikasi dalam pemenuhan kebutuhan informasi, I Gusti Ngurah Putra menyebutkan bahwa terdapat 6 konsep yaitu *Distribution, Awareness, Reliability, Understanding, Readability*, dan *Cost* (Putra, 1999:81).

- 1) *Distribution*, yakni mengetahui berapa persen karyawan yang menerima pesan saat pesan diterbitkan.
- 2) *Awareness*, yakni mengukur bagaimana karyawan dapat mengingat pesan yang ada di dalam website MyBCA.
- 3) *Reliability*, yakni mengetahui respon karyawan terhadap persoalan-persoalan. Apakah website MyBCA sangat mudah dipahami, sangat bagus dalam menyajikan pandangan berbagai pihak dan dapat dipercaya sebagai sumber informasi.
- 4) *Understanding*, yakni melihat presentase atau jumlah yang mengingat dan memahami informasi tentang rencana perusahaan.
- 5) *Readability*, yakni mengetahui tingkat kemudahan untuk dipahami artikel- artikel yang ada.
- 6) *Cost*, yakni mengetahui seberapa besar biaya yang dikeluarkan untuk penggunaan media dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Metode survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Penggunaan teknik sampling yang benar sangat menentukan kualitas riset (Kriyantono, 2010:59). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh karyawan BCA Kantor Cabang Wisma Asia (KCU WSA) beserta Kantor Cabang Pembantu (KCP) yang berjumlah 9 KCP. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikunto, 2010:173). Total populasinya adalah 258 orang, dengan penjabaran:

Tabel 1. Jumlah Karyawan

Nama Cabang	Jumlah
KCU Wisma Asia	93
KCP Wisma Barito (WBP)	11
KCP Wisma Slipi (WSL)	11
KCP Cideng Barat (CDB)	22
KCP Kemanggisan (KMS)	13
KCP KS Tubun (KST)	21
KCP Palmerah	21
KCP Bina Nusantara (BNS)	21
KCP Tomang Raya (TMR)	31
KCP Mandala Raya (MDR)	14
<b>TOTAL</b>	<b>258</b>

Teknik sampling yang digunakan adalah Teknik Sampling Non-probabilitas dengan metode Quota Sampling. Dan untuk menentukan ukuran sampelnya digunakan Rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Sampel                      N = Populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Pada penelitian ini dipakai 5% (Kriyantono, 2010:164).

Diketahui populasi karyawan BCA Kantor Cabang Wisma Asia beserta 9 KCP nya yaitu sebanyak 258 orang, maka sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{258}{1 + 258(5\%)^2}$$

$$n = \frac{258}{1 + 258(0,05)^2}$$

$$n = \frac{258}{1 + 258(0,0025)}$$

$$n = \frac{258}{1 + 0,645}$$

$$n = \frac{258}{1,645} = 156,838 = 157$$

Berikut perhitungan Quota dalam penelitian ini:

**Tabel 2. Jumlah Sampel**

Nama Cabang	Jumlah	Sampel
KCU WSA	93	57
KCP WBP	11	7
KCP WSL	11	7
KCP CDB	22	13
KCP KMS	13	8
KCP KST	21	13
KCP PSP	21	13
KCP BNS	21	13
KCP TMR	31	19
KCP MDR	14	9
<b>TOTAL</b>	<b>258</b>	<b>157</b>

Penelitian ini menggunakan kuisisioner angket tertutup. Adapun skala dikategorikan menjadi: **(SS)** Sangat Setuju, **(S)** Setuju, **(CS)** Cukup Setuju, **(TS)** Tidak Setuju, dan **(STS)** Sangat Tidak Setuju, dengan ketentuan skor sebagai berikut:

- (SS) Sangat Setuju :  
 (S) Setuju :  
 (CS) Cukup Setuju :  
 (TS) Tidak Setuju :  
 (STS) Sangat Tidak Setuju :

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1) Identitas Responden

**Tabel 3. Identitas Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
17 - 26 tahun	84	53.50
27 - 36 tahun	29	18.47
37 - 46 tahun	21	13.37
47 - 55 tahun	23	14.65
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

Mayoritas responden berjumlah 84 orang berada di usia 17-26 tahun, dengan persentase sebesar 53.50%. Dapat dikatakan, karyawan KCU dan KCP Wisma Asia mayoritas berusia muda.

**Tabel 4. Identitas Responden Berdasarkan Masa Kerja**

Masa Kerja	Jumlah Responden	Persentase (%)
1 - 3 tahun	76	48.41
4 - 6 tahun	28	17.83
7 - 9 tahun	7	4.46
> 10 tahun	46	29.30
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100</b>

Mayoritas responden berjumlah 76 orang telah bekerja 1 – 3 tahun, dengan persentase sebesar 48.41%. Bisa dijelaskan, karyawan KCU dan KCP Wisma Asia belum memiliki masa kerja yang lama.

## 2) Dimensi Untuk Mengukur Efektivitas Website MyBCA

### A) *Distribution*

Tabel 5. *Distribution*

Kategori	F	%
Sangat Tidak Efektif	1	0.64%
Tidak Efektif	2	1.27%
Cukup Efektif	9	5.73%
Efektif	9	24.84%
Sangat Efektif	06	67.52%
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>100.00%</b>

Mayoritas responden sebesar 67.52% menilai website MyBCA sangat efektif dalam memberikan informasi terbaru.

### B) *Awareness*

Tabel 6. *Awareness*

Kategori	f	%
Sangat Tidak Efektif	1	0.64%
Tidak Efektif	0	0.00%
Cukup Efektif	2	7.64%
Efektif	38	24.20%
Sangat Efektif	106	67.52%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100.00%</b>

Mayoritas responden sebesar 67.52% menilai informasi dalam website MyBCA sangat efektif dalam pemberian informasi, sehingga dapat diingat oleh karyawan.

### C) *Reliability*

Tabel 7. *Reliability*

Kategori	f	%
Sangat Tidak Efektif	1	0.64%
Tidak Efektif	3	1.91%
Cukup Efektif	3	1.91%
Efektif	20	12.74%
Sangat Efektif	130	82.80%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100.00%</b>

Mayoritas responden sebesar 82.80% menilai website MyBCA sangat efektif dalam penyajian informasi yang baik dan lengkap, serta informasi yang disampaikan dapat dipercaya kebenarannya.

**D) Understanding**

**Tabel 8. Understanding**

Kategori	F	%
Sangat Tidak Efektif	1	0.64%
Tidak Efektif	2	1.27%
Cukup Efektif	20	12.74%
Efektif	22	14.01%
Sangat Efektif	112	71.34%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100.00%</b>

Mayoritas responden sebesar 71.34% menilai website MyBCA sangat efektif dalam pemberian informasi, sehingga dapat dipahami oleh karyawan.

**E) Readability**

**Tabel 9. Readability**

Kategori	F	%
Sangat Tidak Efektif	1	0.64%
Tidak Efektif	3	1.91%
Cukup Efektif	2	1.27%
Efektif	36	22.93%
Sangat Efektif	115	73.25%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100.00%</b>

Mayoritas responden sebesar 73.25% menilai pemilihan bahasa dan kalimat yang digunakan dalam website MyBCA sangat efektif dalam pemberian informasi.

**F) Cost**

**Tabel 10. Cost**

Kategori	f	%
Sangat Tidak Efektif	2	1.27%
Tidak Efektif	0	0.00%
Cukup Efektif	10	6.37%
Efektif	21	13.38%
Sangat Efektif	124	78.98%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100.00%</b>

Mayoritas responden sebesar 78.98% menilai biaya murah dalam mengakses website MyBCA sangat efektif.

Adapun Efektivitas Media Internal MyBCA dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Karyawan PT Bank Central Asia Tbk secara keseluruhan ditabulasikan ke dalam tabel berikut:

Tabel 11. Efektivitas MyBCA dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Kategori	F	%
Sangat Tidak Efektif	1	0.64%
Tidak Efektif	1	0.64%
Cukup Efektif	3	1.90%
Efektif	27	17.20%
Sangat Efektif	125	79.62%
<b>Total</b>	<b>157</b>	<b>100.00%</b>

Mayoritas responden sebanyak 98.73% menganggap website MyBCA ialah media internal yang cukup efektif, efektif, dan sangat efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi. Hanya sebesar 1.28% karyawan yang menganggap website MyBCA sebagai media internal yang tidak efektif, dan sangat tidak efektif. Dapat dikatakan sebagian besar karyawan menganggap website MyBCA sebagai media internal yang dapat memenuhi kebutuhan informasinya. Oleh karenanya, website MyBCA merupakan media yang tepat digunakan oleh BCA untuk memenuhi kebutuhan informasi para karyawannya. Sebab hanya sebagian kecil karyawan yang menilai bahwa website MyBCA kurang dapat memberikan informasi bagi karyawan.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menyatakan website MyBCA sangat efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi karyawan BCA KCU Wisma Asia, terutama untuk dimensi *Reliability*. Dengan membuka website MyBCA, penyelesaian persoalan serta informasi yang dibutuhkan dapat terpenuhi. Sedangkan dimensi terbawah adalah *distribution* dan *awareness*, dimana informasi dalam website MyBCA kurang dapat diingat. Maka disimpulkan website MyBCA adalah media internal yang efektif digunakan dalam pemenuhan kebutuhan informasi karyawan, namun perlu dikembangkan agar website MyBCA dapat memenuhi harapan dalam mencari informasi, sehingga kepuasan karyawan pun terus meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 173
- Bekti, Humaira'Bintu. 2015. *Mahir Membuat Website dengan Adobe Dreamwaver CS6, CSS, dan JQuery*. Yogyakarta:ANDI.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. 2017. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Cetakan ke-28*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kurniawan, Agung. 2010. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan. Hal 20

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknis Praktis Riset Komunikasi (Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Cetakan ke-5)*. Jakarta: Prenada Media Group.

Moore, Frazier. 2011. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muhammad, Arni. 2015. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.

Putra, I Gusti Ngurah. 1999. *Manajemen Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya Yogyakarta.

### **Jurnal**

Kowaas, Agrio Scivo, Novie Pioh, Neni Kumayas. 2017. *Efektivitas Pelaksanaan Tomohon International Flower Festival Di Kota Tomohon*. Eksekutif, 2(2), 1-11.

### **Internet**

Bank Central Asia. 2018. “*Jumlah Karyawan dan Pengembangan Kompetensi*”.

<https://www.bca.co.id/tentang-bca/old-tata-kelola-perusahaan/~media/1EF2FB27E4854D808FF1AC955E1D493B.ashx>.

Diakses pada 18 Oktober 2020, pukul 20:15 WIB.

Yudistira, Galvan. 2018. “*Berikut 20 bank dengan aset terbesar Tanah Air*”.

<https://keuangan.kontan.co.id/news/berikut-20-bank-dengan-aset-terbesar-tanah-air>. Diakses pada 18 Oktober 2020 pukul 19:38 WIB.