

# TELEGRAM SEBAGAI MEDIA INTERNAL (STUDI KEBUTUHAN INFORMASI KARYAWAN PT.TELKOM WITEL SULTENG)

**Ananda Fitria Sari**

*Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Tadulako Jln. Soekarno Hatta Km. 9*

*Kota Palu Sulawesi Tengah.*

Email : anandasanyoto02@gmail.com

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektifitas media telegram dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT. Telkom Indonesia Witel Sulteng konsep penelitian ini menggunakan teori efektifitas media internal yang terdiri dari 6 poin yaitu penerimaan/pemakai pesan, isi (*content*), ketepatan waktu (*timing*), media (*media*), format pesan (*format*), sumber pesan (*source*). Tipe penelitian ini bersifat deskriptif dengan dasar penelitian survey. Informan dalam penelitian ini berjumlah tujuh puluh (70) orang yang dipilih dengan penggunaan sampel penelitian total. Dengan menggunakan analisis data kuantitatif serta dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian terkait efektifitas media telegram sebagai media internal dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng. Rata-rata responden memberikan penilaian setuju terhadap keenam variabel yaitu (1) penerimaan pesan (2) isi pesan (3) ketepatan waktu (4) media (5) format dan (6) sumber. Dimana dengan menggunakan aplikasi telegram waktu responden lebih efisien dalam mengerjakan semua pekerjaan dan juga dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan dalam berkomunikasi, dapat dilihat dimana seringnya dan mudahnya responden untuk mengakses media telegram. Media telgram memiliki banyak keunggulan yang mampu membantu responden memudahkan mendapatkan informasi, yaitu mampu memuat karater pesan yang banyak, dapat menjamin keamanan privasi pekerjaan dan juga tidak sering mengalami gangguan. Dengan menggunakan media telagram responden mudah mendapatkan informasi pekerjaan dari kantor pusat tanpa melalui perantara orang lain. Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media telegram efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

**Kata Kunci : Efektifitas Media; Telegram; PT.Telkom Witel Sulteng**

**Submisi : 3 November 2018**

## Pendahuluan

Manusia pada dasarnya tidak akan bisa lepas dari aktifitas komunikasi sehari-hari dalam melakukan sesuatu hal, karena manusia adalah makhluk sosial yang saling berhubungan, saling bergantung dan

saling terikat satu sama lain dengan orang-orang yang berada di lingkungannya. Melalui komunikasi, manusia dapat saling berinteraksi memberikan informasi atau pesan satu sama lain. Maka, tidak dapat dipungkiri bahwa komunikasi menjadi kunci penting dalam mewujudkan

tercapainya kesamaan pendapat dan tujuan yang sama dengan yang lain.

Pada era globalisasi yang semakin maju dan berkembang kebutuhan akan informasi menjadi sangat signifikan. Dunia komunikasi dipenuhi dengan beragam informasi yang kompleks dan informasi-informasi dapat berasal dari internet maupun media sosial. Pada zaman sekarang hampir semua orang menggunakan media sosial, hal ini di karenakan mudahnya media sosial di akses oleh siapa saja karena internet bersifat global. Penggunaan media sosial yang semakin praktis juga membantu proses semakin pesatnya kemajuan dari media sosial itu sendiri. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0* dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran “*user-generated content*”. Media sosial merupakan situs di mana setiap orang membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan komunikasi. Konsep media pada dasarnya adalah alat untuk menyimpan dan menyampaikan informasi atau data untuk keperluan tertentu. Dengan demikian, media sosial (*social media*) adalah media yang digunakan untuk melakukan interaksi dengan menggunakan teknik-teknik yang sangat memudahkan untuk di akses dan mempermudah publikasi kepada pengguna. (Sari Puti Nova,2018:6)

Diantara sekian banyak aplikasi pesan instan yang ada di *Google Play Store* dan *AppsStore*, Telegram adalah aplikasi pesan instan berbasis *cloud* yang fokus pada kecepatan dan keamanan. Telegram dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkirim pesan teks, audio, video, gambar dan sticker dengan secara *default*, seluruh konten yang ditransfer akan

dienskripsi berstandar internasional. Dengan demikian, pesan yang terkirim sepenuhnya aman dari pihak ketiga bahkan dari Telegram sekalipun. Bukan hanya teks, gambar dan video, Telegram juga bisa jadi sarana untuk mengirimkan dokumen, musik, berkas zip, lokasi *real-time* dan kontak yang tersimpan perangkat orang lain. Telegram merupakan aplikasi berbasis *cloud*, yang memudahkan pengguna dapat mengakses satu *account* Telegram dari perangkat yang berbeda dan secara bersamaan. Serta dapat membagikan jumlah berkas yang tak terbatas hingga 1,5 GB. (Sari Puti Nova,2018:7)

Telegram tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat umum saja, tetapi juga digunakan sebagai media internal di perusahaan. Perusahaan menggunakan Telegram sebagai media komunikasi untuk menyebarkan informasi yang berhubungan dengan pekerjaan karyawan. Dalam Suatu perusahaan makna komunikasi berperan sangat penting, pentingnya komunikasi dalam perusahaan di mana dalam melakukan pekerjaan diantara sesama karyawan memerlukan komunikasi yang efektif agar informasi-informasi mengenai pekerjaan dapat dimengerti.

Suatu pesan tentang pekerjaan yang akan disebarluaskan maka pastilah informasi tersebut harus berjalan mengikuti suatu alur dari pimpinan sampai kepada para karyawannya ataupun sebaliknya juga diantara karyawan, dan dalam proses komunikasi terdapat unsur media sebagai saluran untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Sebuah perusahaan tentunya memiliki media yang paling efektif untuk menunjang *corporate communication* demi tercapainya tujuan perusahaan salah satu media sosial yang banyak digunakan pada saat ini adalah aplikasi Telegram.

PT Telekomunikasi Indonesia witel Sulteng (PT. TELKOM) merupakan badan usaha milik negara yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi untuk umum dalam Negeri. PT. TELKOM witel Sulteng salah satu perusahaan yang menggunakan aplikasi telegram sebagai media internal perusahaan. PT. TELKOM witel Sulteng menggunakan aplikasi telegram untuk memudahkan karyawan mendapatkan dan membagikan informasi mengenai pekerjaan, karyawan memanfaatkan aplikasi ini untuk membagikan data perusahaan dan pekerjaan dengan mudah karena aplikasi ini mampu membagikan berkas berkapasitas besar, fitur grup pada aplikasi ini dapat menggabungkan seluruh karyawan dalam satu obrolan. Oleh karena itu, di sini penulis ingin mengadakan analisis mengenai penggunaan media sosial Telegram. Sekaligus ingin mengukur tingkat efektifitas media internal telegram dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

### **Komunikasi Internal**

Menurut Brennan seperti yang dikutip oleh Effendy (2005:22), mendefinisikan komunikasi internal sebagai *pertukaran gagasan diantara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan atau jawatan tersebut lengkap dengan strukturnya yang khas (organisasi) dan pertukaran gagasan secara horizontal dan vertikal didalam perusahaan atau jawatan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung (operasi dan manajemen).*

Pengertian yang lain dikemukakan oleh Yulianita (2005:92) bahwa *komunikasi internal yaitu komunikasi yang terjadi diantara orang-orang yang berbeda dalam suatu perusahaan. Jadi komunikasi internal*

*merupakan proses pertukaran gagasan antara para anggota yang terjadi didalam perusahaan yang menyebabkan pekerjaan berlangsung.*

Komunikasi internal adalah komunikasi yang berada di dalam organisasi, yaitu antara pimpinan dengan karyawan secara timbal balik. Pada umumnya karyawan tertarik dengan informasi tentang perusahaan, latar belakang, produk yang dihasilkan, kebijakan yang mempengaruhinya, informasi tentang kesempatan untuk memperoleh kemajuan pendapatan perusahaan (keuntungan dan kerugian atau kemungkinan pemberhentian) (Moor,1998:8).

Komunikasi internal timbal balik yang dilaksanakan oleh Humas/ PR tersebut dapat di lakukan melalui beberapa jalur, yaitu :

1. Komunikasi arus ke bawah, yakni dari pihak perusahaan kepada karyawan. Misalnya berupa perintah pimpinan, intruksi, dan informasi spesifikasi teknis suatu pekerjaan yang akan di berikan kepada bawahan. Media yang di gunakan dalam bentuk komunikasi lisan ( perintah dan intruksi ), dan tulisan (nota dinas, peraturan, surat edaran dan lain-lain).
2. Komunikasi arus atas, yaitu dari pihak karyawan kepada perusahaan. Misalnya berbentuk pelaksanaan perintah berbentuk tulisan dan lisan, atau laporan hasil pekerjaan, serta sumbang saran dari pihak pekerja kepada pimpinan perusahaan. Media komunikasi baik dalam bentuk lisan maupun tulisan (laporan

dan informasi) mengenai pelaksanaan tugas.

3. Komunikasi sejajar, yang berlangsung antar karyawan. Misalnya informasi mengenai pekerjaan atau menyangkut kegiatan pendidikan dan pelatihan lainnya, dapat juga mengenai kegiatan di luar pekerjaan (kedinasan) dalam bentuk olahraga, keagamaan, kekeluargaan, kesejahtraan, dan aktifitas sosial kepegawaian lainnya. Biasanya yang dipakai sebagai media komunikasi adalah berupa pemberitahuan, pengumuman, sampai kepada penggunaan media humas, yaitu seperti buletin, majalah internal, dan *news letter* (Ruslan,2014:276).

Komunikasi yang baik dengan karyawan merupakan langkah awal dari usaha membina hubungan dengan sesama karyawan. Komunikasi internal yang dilakukan secara intensif akan mampu mendorong motivasi dan semangat kerja karyawan. Komunikasi internal menjadi sarana terbentuknya rasa saling percaya antara karyawan dan manajemen.

Menurut Effendy (2005:125), komunikasi internal meliputi berbagai cara yang dapat di klasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu :

1. Komunikasi personal (*personal communication*)

Komunikasi personal ialah komunikasi antara dua orang dan dapat berlangsung dengan dua cara :

- a. komunikasi tatap muka (*face to communication*)

komunikasi personal tatap muka berlangsung secara dialogis sambil saling manatap sehingga

terjadi kontak pribadi (*personal contact*).

- b. komunikasi bermedia (*mediated communication*)

komunikasi personal bermedia adalah komunikasi dengan menggunakan alat, seperti telepon, atau memorandum. Karena melalui alat, maka antara kedua orang tersebut tidak terdapat kontak pribadi.

2. komunikasi kelompok (*group communication*)

komunikasi kelompok ialah komunikasi antara seseorang dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka. Kelompok ini bisa kecil dapat juga besar, tetapi beberapa jumlah orang yang termasuk kelompok besar tidak ditentukan berdasarkan ciri dan sifat komunikasi dalam hubungannya dengan proses komunikasi. Oleh karena itu, dalam komunikasi kelompok dibedakan antara kelompok kecil dan kelompok besar.

- a. Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)

Komunikasi kelompok kecil ialah komunikasi antara seseorang manager atau admistratur dengan sekelompok karyawan yang memungkinkan terdapatnya kesempatan bagi salah seorang untuk memberikan tanggapan secara verbal.

- b. komunikasi kelompok besar (*large group communication*)

komunikasi kelompok besar ialah kelompok komunikasi yang karena jumlahnya yang banyak, dalam suatu situasi komunikasi hampir tidak terdapat kesempatan untuk memberikan

tanggapan secara verbal. Dengan lain perkataan, dalam komunikasi dengan kelompok besar, kecil sekali kemungkinannya bagi komunikator untuk berdialog dengan komunikan.

### **Media Internal**

Media komunikasi internal adalah media yang di gunakan untuk mengkomunikasikan suatu informasi kepada pendengar atau pembaca (*audiency*) baik cetak maupun elektronik (Ruslan, 2006:201-202).

Media komunikasi internal menurut (Soeranto,2005:124) adalah semua sarana penyampaian dan penerimaan informasi dikalangan publik internal perusahaan, dan biasanya bersifat non komersial. Baik penerimaan maupun pengirim informasi ialah orang dalam atau publik internal, terdiri atas pimpinan, anggota, pegawai, maupun unit-unit kerja di dalam perusahaan tersebut. Media komunikasi internal adalah media yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu informasi kepada pendengar atau pembaca (*audience*) baik cetak ataupun elektronik (Ruslan,2005:19).

Media internal adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan untuk kalangan terbatas dan non komersial. Lazim digunakan oleh *public relations* dalam menjalankan aktivitasnya terutama komunikasi internal di dalam perusahaan. Menurut Frank Jefkins, media internal (*House Journal*) dapat berupa *sales bulletin, newsletter, magazine, tabloid newspaper* dan *wall newspaper* (Ruslan,2007:196).

Media internal berguna untuk menciptakan hubungan yang konduktif dan

harminis dilingkungan kerja antara sesama publik internal dalam perusahaan. Media internal berperan dengan melancarkan arus informasi keseluruhan publik internal perusahaan secara merata dan serempak (Ruslan,2012:145).

Menurut (Ruslan,2003:180), untuk mengelola suatu media internal secara profesional dan serius, terdapat beberapa fungsi media internal yaitu :

- a. Sebagai media hubungan komunikasi internal dan eksternal yang di edarkan dan diberikan secara gratis dalam upaya penyampaian pesan-pesan dan informasi, berita mengenai kegiatan perusahaan.
- b. Sebagai ajang komunikasi khusus antar karyawan seperti mengenai informasi yang informal dan hiburan yang dapat membantu meningkatkan eksistensi kerja karyawan.
- c. Sebagai sarana media untuk pelatihan dan pendidikan dalam bidang tulis menulis bagi karyawan yang berbakat atau berpotensi sebagai penulis ilmiah populer.
- d. Merupakan nilai tambah (*value added*) bagi *public relations* dalam menunjukkan kemampuannya menerbitkan *house journal* yang bermutu.

Komunikasi internal bertujuan untuk membangun *Human Relationship* antara organisasi dan setiap individu dalam organisasi. *Human Relationship* di dalam suatu organisasi hanya dapat terbentuk dengan baik apabila didukung oleh komunikasi internal yang baik pula.

### **Efektifitas Media Internal**

Dalam setiap proses manajemen, efektifitas merupakan kriteria utama untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Menurut (Bernard, 1982:117) “Efektifitas adalah suatu tindakan di mana tindakan itu akan efektif apa bila telah mencapai tujuan yang telah ditentukan”. Sedangkan menurut (Anoraga, 2000:178) bahwa efektifitas berhubungan dengan pencapaian tujuan yang lebih dikaitkan dengan hasil kerja.

Efektif adalah mempunyai pengaruh, efek atau akibat, memberi hasil yang memuaskan, memanfaatkan waktu sebaik-baiknya dan berhasil guna. Efektivitas komunikasi merupakan sarana agar tujuan yang sudah ditetapkan akan tercapai sesuai dengan target yang sudah direncanakan.

Efektifitas media internal menurut Andre Harjana dalam bukunya “Audit Komunikasi” (Hardjana,2000:22) :

1. Penerima/pemakai pesan (*receiver or user*) yaitu penerima pesan vs penerima yang dituju. Penerima pesan merupakan obyek yang diharapkan untuk menerima pesan tersebut.
2. Isi (*content*) yaitu yang diterima atau yang tersalur vs yang dimaksudkan.
3. Ketepatan waktu (*timing*) yaitu sesuai jadwal vs menyimpang jadwal. Pesan yang dimaksud sampai kepada penerima pesan tepat pada waktunya. Artinya penyampaian pesan tersebut sesuai dengan kondisi dan situasi.
4. Media komunikasi (*media*) yaitu saluran yang digunakan vs saluran yang dimaksud. Media yang digunakan untuk

menyampaikan pesan sesuai dengan kebutuhan dan diharapkan oleh pengirim pesan dan penerima pesan.

5. Format pesan (*format*) yaitu struktur yang diterima vs yang dikirim terdapat kesesuaian format antara yang dimaksud oleh pengirim dengan penerima.
6. Sumber pesan (*source*) yaitu orang yang melakukan vs orang yang bertanggung jawab. Artinya ada kejelasan sumber yang di pertanggung jawabkan sehingga pesan yang disampaikan akurat.

Komunikasi yang efektif dipengaruhi oleh 5 (lima) pesan (Rejeki dan Anita,1999:8), yaitu :

1. Keterbukaan (*openess*), yaitu menunjukkan adanya sikap saling terbuka diantara pelaku komunikasinya.
2. Empati (*empathy*), yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya dalam peran orang lain.
3. Kepositifan (*positiveness*), yaitu sikap yang positif terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain.
4. Dukungan (*supportiveness*), yaitu sikap pelaku komunikasi yang mendukung terjadinya komunikasi tersebut.
5. Kesamaan (*equality*), yaitu adanya unsur kesamaan yang dimiliki oleh pihak-pihak yang berkomunikasi.

Komunikasi bisa dikatakan efektif jika orang tersebut berhasil menyampaikan apa yang dimaksud. Secara umum, komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang disampaikan dan dimaksud oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima.

## Telegram

Telegram adalah aplikasi pesan instan berbasis *cloud* yang fokus pada kecepatan dan keamanan. Telegram dirancang untuk memudahkan pengguna saling berkirim pesan teks, audio, video, gambar dan stiker dengan aman. Secara *default*, seluruh konten yang ditransfer akan dienkripsi berstandar internasional. Dengan demikian, pesan yang terkirim sepenuhnya aman dari pihak ketiga, bahkan dari Telegram sekalipun. Bukan hanya teks, gambar dan video, Telegram juga bisa jadi sarana Anda mengirimkan dokumen, musik, berkas zip, lokasi real-time dan kontak yang tersimpan di perangkat ke orang lain. Asal, orang yang di tuju juga mempunyai aplikasi dengan akun Telegram terdaftar di perangkatnya.

Karena ia berbasis *cloud*, maka penggunanya dapat mengakses pesan dari perangkat yang berbeda secara bersamaan dan membagikan jumlah berkas yang tak terbatas hingga 1,5GB. Berkas ini dapat diatur untuk disimpan di dalam perangkat atau hanya di *cloud*.

Aplikasi Telegram diprakarsai oleh dua bersaudara, Nikolai dan Pavel Durov. Keduanya saling berbagi tugas, Nikolai Durov fokus pada pengembangan aplikasi dengan menciptakan protokol MTProto yang menjadi motor bagi Telegram. Sementara Pavel bertanggung jawab dalam hal pendanaan dan infrastruktur melalui pendanaan Digital *Fortress*.

Setelah digodok dengan matang, Telegram memulai debutnya pada 14 Agustus 2013 ke perangkat iOS. Kemudian ke Android pada tanggal 20 Oktober 2013. Artinya, Telegram baru berumur kurang lebih tiga tahun. Namun prestasi Telegram tak bisa dibilang buruk, justru cenderung memukau. Di bulan Oktober 2013 saja, atau di tahun pertamanya Telegram sudah mengantongi 100.000 pengguna aktif harian. Angka ini melonjak tajam menjadi 15 juta pada bulan Maret 2014 atau kurang dari enam bulan kemudian. Per bulannya, pengguna aktif Telegram menyentuh angka 35 juta dan terus meningkat ke angka 50 juta pada bulan Desember 2014. Setahun kemudian, pengguna aktif Telegram menyentuh angka 60 juta per bulan dan merangkak cepat ke angka 100 juta pada bulan Februari 2016. Peningkatan super cepat ini tak lain menandakan bahwa pengguna menerima dengan baik apa yang dihadirkan oleh Telegram.

Ada beberapa kelebihan dari aplikasi Telegram yaitu, aplikasi dapat digunakan oleh penggunanya untuk mengirim pesan secara rahasia (*dienkripsi end-to-end*) sebagai tambahan keamanan. Dengan aplikasi ini juga *user* juga bisa melakukan pengiriman gambar maupun vidio. Telegram juga sebuah aplikasi yang gratis dan akan tetap gratis tanpa iklan, mengirim pesan lebih cepat, ini dikarenakan telegram berbasis *cloud*. Ukuran grafis aplikasi ini sangat kecil sehingga dapat dijalankan dengan ringan. Aplikasi ini juga dapat diakses dari berbagai perangkat secara bersama-sama. Berbeda dengan whatsapp yang ketika menggunakan fitur *web* dari laptop/PC hp tetap harus *online*, di telegram hp tidak perlu *online* sehingga lebih irit batre dan data. Berbagai file banyak jenis dengan ukuran yang besar. Telegram memperbolehkan kita untuk membagikan

foto, vidio, dokumen (doc, pdf, mp3, zip) maksimal per-file bisa mencapai 1,5 GB). Grup mencapai 100 orang untuk *standart* dan *upgrade* ke *supergroups* bisa mencapai 1000 orang. Adapun fitur *channel* pada telegram. *Broadcasting* dilakukan dengan menggunakan *channel* dan dapat menampung anggota hingga tak terbatas. *Sticker* pada telegram gratis dan cepat terkirim dengan menggunakan format *web*. Dan juga pengguna dapat membuat *sticker* dengan mudah. Fitur Bot adalah akun yang di jalankan oleh aplikasi (bukan) orang. Bot ini dilengkapi fitur AL (*Artificial Intellegence*- kecerdasan buatan). Bot ini dapat melakukan apa saja seperti *game*, *broadcasting* dan apa saja aktifitas internet. Telegram memiliki keamanan yang baik di bandingkan *whatsapp*. Telegram memiliki fiter *secret chat* yang jauh lebih aman. Dan saat ini telegram sudah memiliki fitur *call*. Kekurangan dari aplikasi telegram ini ialah belum adanya *fitur vidio call*. (<https://www.centerklik.com/>).

### Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian Deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan, atau penghubung dengan variabel yang lain (Siregar, 2013:7).

### Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah kuantitatif *survey*, *survey* adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu

(Kriyantono, 2006:60). Dalam penelitian ini, metode *survey* akan dilakukan terhadap karyawan PT. Telkom Witel Sulteng.

### Hasil Penelitian

Tabel 1. Distribusi keseluruhan skor variabel penerimaan pesan

No.	Indikator	Presentasi
1	Responden sering menggunakan media telegram	89,1
2	Pesan yang dikirimkan, diterima (sampai) kepada orang yang dituju	91,1
<b>Jumlah</b>		<b>180,2</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>90,1%</b>

Tabel distribusi frekuensi di atas menunjukkan hasil presentasi yang diperoleh pada variabel penerimaan pesan. Pada item pernyataan pertama menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan penilaian sangat efektif terhadap seringnya responden mengakses atau menggunakan media telegram. Pada item pernyataan kedua menunjukkan rata-rata reponden memberikan penilaian sangat efektif terhadap pesan yang di kirimkan, diterima (sampai) pada penerima pesan. Dari dua pertanyaan mengenai indikator penerimaan pesan di atas maka jika diakumulasikan keseluruhan presentasinya maka akan diperoleh presentasi rata-rata sebesar 90,1 %. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari penerimaan pesan sangat efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Tabel 2. Distribusi keseluruhan skor variabel isi pesan

No.	Indikator	Presentasi
1	Pesan yang di bagikan mudah untuk dimengerti	86
2	Pesan yang dibagikan hanya berisikan informasi pekerjaan	64,2
3	Isi pesan yang masuk memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan.	79,4
<b>jumlah</b>		<b>229,6</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>76,5%</b>

Tabel distribusi frekuensi di atas menunjukkan hasil presentasi yang di peroleh pada variabel isi pesan. Pada item pernyataan pertama menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan penilaian sangat efektif terhadap pesan yang di bagikan mudah untuk dimengerti oleh responden. Pada item pernyataan kedua menunjukkan rata-rata repsonden memberikan penilaian ragu-ragu terhadap pesan yang di bagikan hanya berisikan informasi mengenai pekerjaan. Dan pada pernyataan ketiga menunjukan rata-rata responden memberikan penilaian efektif terhadap isi pesan yang masuk memenuhi informasi pekerjaan. Dari tiga pertanyaan mengenai indikator isi pesan di atas maka jika diakumulasikan keseluruhan presentasinya maka akan diperoleh presentasi rata-rata sebesar 76,5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari isi pesan efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Tabel 3. Distribusi keseluruhan skor variabel katepatan waktu

No.	Indikator	Presentasi
1	Pesan yang di bagikan langsung mendapatkan respon.	81,7
2	Saya langsung memanggapi/merespon pesan yang dibagikan.	84,8
3	Dengan grup aplikasi telegram,waktu responden lebih efisien (cepat) dalam mengerjakan pekerjaan	88
4	Dengan aplikasi telegram,waktu responden lebih efisien dalam pemenuhan informasi dan dalam berkomunikasi.	88,5
<b>jumlah</b>		<b>343</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>85,7%</b>

Tabel distribusi frekuensi di atas menunjukkan hasil presentasi yang diperoleh oleh variabel ketepatan waktu pada item pernyataan pertama menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan penilaian efektif terhadap pesan yang dibagikan langsung mendapatkan respon. Pada item pernyataan kedua menunjukkan rata-rata repsonden memberikan penilaian sangat efektif terhadap responden langsung menanggapi atau merespon pesan yang dibagikan. Pada pernyataan ketiga menunjukan rata-rata responden memberikan penilaian sangat efektif terhadap dengan grup aplikasi telegram waktu responden lebih efisien dalam mengerjakan pekerjaan, dan pada pertanyaan ke empat menunjukan rata-rata responden memberikan penilaian sangat efektif dengan menggunakan aplikasi telegram waktu responden lebih efisien dalam pemenuhan informasi dan dalam berkomunikasi. Dari empat pertanyaan mengenai indikator ketepatan waktu di atas maka jika diakumulasikan keseluruhan

presentasinya maka akan diperoleh presentasi rata-rata sebesar 85,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari ketepatan waktu sangat efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Tabel 4. Distribusi keseluruhan skor variabel media

No.	Indikator	Presentasi
1	Aplikasi telegram mudah untuk diakses	91,7
2	Telegram mampu memuat karakter pesan yang tidak terbatas	85,1
3	Saya sering mengalami gangguan saat menggunakan aplikasi telegram	53,1
<b>jumlah</b>		<b>229,9</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>76,6%</b>

Tabel distribusi frekuensi di atas menunjukkan hasil presentasi yang diperoleh oleh variabel media pada item pernyataan pertama presentasi menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan penilaian sangat efektif terhadap aplikasi telegram mudah untuk di akses oleh para responden. Pada item pernyataan kedua memberikan penilaian sangat efektif terhadap aplikasi telegram yang mampu memuat karakter pesan yang tidak terbatas. Pada pernyataan ketiga menunjukan rata-rata responden memberikan penilaian ragu-ragu terhadap seringnya responden mengalami gangguan pada aplikasi telegram. Dari tiga pertanyaan mengenai variabel media di atas maka jika diakumulasikan keseluruhan presentasinya maka akan diperoleh presentasi rata-rata sebesar 76,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari isi pesan efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Tabel 5. Distribusi keseluruhan skor variabel format

No.	Indikator	Presentasi
1	Terdapat kesamaan format yang terkirim dan yang diterima	77,7
2	Aplikasi telegram memiliki banyak keunggulan	83,1
3	Aplikasi telegram menjamin keamanan privasi pekerjaan	81,7
<b>jumlah</b>		<b>242,5</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>80,8%</b>

Tabel distribusi frekuensi di atas menunjukkan hasil presentasi yang diperoleh oleh variabel format pada item pernyataan pertama presentasi yang menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan penilaian efektif terhadap terdapatnya kesamaan format yang terkirim dan yang diterima. Pada item pernyataan kedua menunjukkan rata-rata reponden memberikan penilaian efektif terhadap aplikasi telegram memiliki banyak keunggulan. Pada pernyataan ketiga menunjukan rata-rata responden memberikan penilaian efektif terhadap aplikasi telegram menjamin keamanan privasi pekerjaan responden. Dari tiga pertanyaan mengenai variabel format di atas maka jika diakumulasikan keseluruhan presentasinya maka akan diperoleh presentasi rata-rata sebesar 80,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari format efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Tabel 6. Distribusi keseluruhan skor variabel sumber

No.	Indikator	Presentasi
1	Dengan aplikasi telegram saya bisa mendapatkan informasi langsung dari kantor pusat tanpa perantara orang lain	80,2
2	Saya mendapat informasi pekerjaan dari media lain (misal gmail dll)	80
<b>Jumlah</b>		<b>160,2</b>
<b>Rata-Rata</b>		<b>80,1%</b>

Tabel distribusi frekuensi di atas menunjukkan hasil presentasi yang diperoleh oleh variabel sumber pada item pernyataan pertama menunjukkan bahwa rata-rata responden memberikan penilaian efektif terhadap dengan menggunakan aplikasi telegram responden bisa mendapatkan informasi langsung dari kantor pusat tanpa perantara orang lain. Pada item pernyataan kedua menunjukkan rata-rata reponden memberikan penilaian efektif terhadap responden mendapatkan informasi pekerjaan dari media lain. Dari dua pertanyaan mengenai variabel sumber di atas maka jika diakumulasikan keseluruhan presentasinya maka akan diperoleh presentasi rata-rata sebesar 80,1%.

Tabel 7. Distribusi Keseluruhan Skor Variabel efektivitas media telegram

No.	Indikator	Skor
1.	Penerimaan pesan	90,1
2.	Isi pesan	76,53
3.	Ketepatan waktu	85,75
4.	Media	76,63
5.	Format	80,83
6.	Sumber	80,1
<b>Total</b>		<b>489,94</b>
<b>Rata-rata</b>		<b>81,66%</b>

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat skor keseluruhan variabel efektivitas media telegram yaitu sebesar 81,66%. Dari hasil

penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa media telegram efektif sebagai media internal dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

### Pembahasan

Komunikasi yang efektif sangat penting bagi semua organisasi. Dengan menggunakan media internal, organisasi lebih cepat dan lebih mudah untuk mendapatkan semua informasi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat gambaran seberapa efektifkah media telegram dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng. Efektifitas media internal merupakan segala bentuk media yang digunakan oleh perusahaan dalam menjalin hubungan komunikasi dengan baik, yang berisi berita dan informasi mengenai perusahaan seperti mengenai karyawan, kebijakan, dan aktivitas perusahaan lainnya, agar tujuan yang sudah ditetapkan akan tercapai sesuai dengan target yang sudah direncanakan. Seperti jawaban karyawan melalui kuesioner adalah dengan menggunakan media telegram waktu para karyawan lebih efisien dalam mengerjakan pekerjaan dan karyawan bisa mendapatkan informasi langsung dari kantor pusat tanpa perantara orang lain. Karena itu untuk melihat sejauh mana efektifitas media internal, peneliti menggunakan konsep yang dikemukakan dalam buku audit komunikasi oleh Andre Hardjana (2002:22). Di mana terdapat 6 variabel dalam efektifitas media internal yaitu :

#### 1. Penerima pesan.

Penerima pesan atau pengguna media internal telegram pada penelitian ini yaitu seluruh kariawan PT.Telkom Witel Sulteng. Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa pada indikator pertama mengenai seringnya

responden menggunakan media internal telegram, responden memberikan penilaian sangat setuju. Pada indikator kedua mengenai pesan yang dikirimkan, sampai kepada orang yang dituju, responden juga memberikan penilaian sangat setuju.

Dalam hal ini sesuai dengan pernyataan Ruslan, yaitu media internal adalah media yang digunakan untuk mengkomunikasikan suatu informasi kepada pembaca. Di mana dipenelitian ini menunjukkan bahwa dengan seringnya karyawan mengakses media internal, mereka dapat mengetahui bahwa pesan yang dikirimkan telah sampai kepada penerima pesan terutama pesan mengenai pekerjaan. Dapat dilihat dari hasil rata-rata variabel penerimaan pesan memiliki presentasi sebesar 90,1%, Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari isi pesan menunjukkan hasil yang sangat efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

## 2. Isi pesan

Isi pesan yang diterima atau yang disalurkan melalui media internal telegram oleh karyawan PT.Telkom Witel Sulteng memuat berbagai macam informasi mengenai perusahaan, mulai dari informasi mengenai pekerjaan sampai informasi di luar pekerjaan.

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil pengolahan data pada indikator pertama mengenai pesan yang dibagikan mudah untuk dimengerti responden memberikan penilaian sangat setuju. Pada indikator kedua mengenai pesan yang dibagikan hanya berisikan informasi pekerjaan responden memberikan penilaian ragu-ragu, di mana hal ini menunjukkan bahwa ada beberapa karyawan yang setuju dengan pesan yang dibagikan tidak hanya berisikan mengenai informasi pekerjaan saja, dan beberapa karyawan tidak setuju di mana

ada pesan lain yang sering dibagikan melalui media telegram tersebut misal pesan mengenai informasi kedukaan, informasi kesehatan dan informasi lainnya. Terakhir, pada indikator ketiga mengenai isi pesan yang masuk memenuhi kebutuhan informasi pekerjaan, responden memberikan penilaian setuju.

Dalam hal ini sesuai dengan pernyataan teori komunikasi menurut Kotler, kebutuhan yang dibutuhkan karyawan adalah informasi yang lengkap, mudah dipahami serta bermanfaat. bahwa di mana ternyata pesan yang dibagikan mudah dipahami oleh seluruh karyawan. Maka dari itu dengan mudahnya mereka mengerti dan memahami dengan apa yang dipercekapkan atau disampaikan, pesan yang masukpun dapat memenuhi kebutuhan informasi para karyawan. Dapat di lihat dari hasil presentasi rata-rata variabel isi pesan memiliki presentasi sebesar 76,5%, hal ini menunjukkan bahwa variabel dari isi pesan menunjukkan hasil yang efektif terhadap pegawai PT.Telkom Witel Sulteng.

## 3. Ketepatan waktu

Ketepatan waktu yaitu pesan yang dikirimkan oleh karyawan akan sampai kepada penerima tepat pada waktunya dan tidak mengalami keterlambatan.

Pada indikator pertama tanggapan responden mengenai pesan yang dibagikan langsung mendapatkan respon, responden memberikan penilaian setuju. Indikator kedua yaitu tanggapan responden mengenai pesan yang masuk langsung ditanggapi oleh penerima pesan rata-rata responden memberikan penilaian sangat setuju. Pada indikator ke tiga, tanggapan responden mengenai dengan grup aplikasi telegram, waktu responden lebih efisien (cepat) dalam mengerjakan pekerjaan, responden memberikan penilaian sangat setuju. Pada indikator terakhir indikator ke empat yaitu

mengenai dengan adanya aplikasi telegram, waktu responden lebih efisien dalam pemenuhan informasi dan dalam berkomunikasi tanggapan responden yaitu sangat setuju.

Dalam hal ini sesuai dengan pernyataan teori Anoranga, dikatakan efektif sesuatu apabila memberikan hasil yang memuaskan, memanfaatkan waktu sebaik-baiknya dan berhasil. Di mana pada variabel ketepatan waktu, karyawan dapat memanfaatkan waktu sebaik-baiknya yaitu dengan menggunakan media internal telegram waktu responden lebih efisien dalam mengerjakan pekerjaan dan dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan berkomunikasi. Di mana dengan menggunakan aplikasi telegram karyawan tidak perlu bertemu secara langsung untuk menyampaikan informasi jika rekan kerjanya berada di luar ruangan atau saat tidak berada di wilayah kantor. Jika diakumulasikan keseluruhan skornya pada variabel ketepatan waktu, maka akan diperoleh skor rata-rata sebesar sebesar 85,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari ketepatan waktu menunjukkan hasil yang sangat efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

#### 4. Media

Media yang digunakan oleh karyawan PT.Telkom Witel Sulteng untuk menyebarkan dan mendapatkan informasi mengenai pekerjaan yaitu media Telegram.

Pada indikator pertama mengenai mudahnya aplikasi telegram untuk di akses tanggapan responden yaitu sangat setuju, hal ini menunjukkan rata-rata responden sangat setuju dengan mudahnya aplikasi telegram untuk di akses. Pada indikator ke dua mengenai apakah telegram mampu memuat karakter pesan yang tidak terbatas tanggapan responden yaitu sangat setuju, di

mana dengan tidak terbatasnya karakter pesan, responden tidak kesulitan mengirimkan informasi yang panjang kepada rekan kerjanya. Dan pada indikator ke tiga mengenai seringnya responden mengalami gangguan saat menggunakan aplikasi telegram, tanggapan responden yaitu ragu-ragu, di mana dari 70 responden beberapa responden tidak setuju dengan seringnya mengalami gangguan saat menggunakan aplikasi telegram.

Dalam hal ini sesuai dengan pernyataan dari Ruslan bahwa media internal yaitu media yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi kepada pendengar dan pembaca. Di mana dengan mudahnya aplikasi di akses, dapat memuat karakter pesan yang banyak, dan tidak seringnya aplikasi telegram mengalami gangguan, hal ini dapat memudahkan karyawan untuk mengkomunikasikan informasi mereka, dan seluruh karyawan menggunakan media internal telegram sebagai media internal tanpa ada hambatan gangguan pada media telegram.

Dari tiga indikator mengenai variabel media di atas, jika diakumulasikan keseluruhan skornya pada variabel media maka akan diperoleh skor rata-rata sebesar sebesar 76,6%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari media menunjukkan hasil yang efektif terhadap peningkatan pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

#### 5. Format

Format yaitu di mana struktur yang diterima responden dan yang dikirim terdapat kesesuaian format antara yang dimaksud oleh pengirim dan penerima, yang dimaksud dalam kesamaan format yaitu apa bila pengirim mengirimkan data foto atau data file mengenai pekerjaan atau perusahaan kapasitas besaran data yang diterima sama

dengan kapasitas yang dikirimkan oleh pengirim.

Pada indikator pertama mengenai apakah terdapat kesamaan format yang terkirim dan yang diterima responden memberikan penilaian setuju, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata seponden setuju terhadap terdapatnya kesamaan format yang terkirim dan yang diterima oleh pegawai. Pada indikator ke dua mengenai apakah aplikasi telegram memiliki banyak keunggulan, responden memberikan penilaian setuju, hal ini menunjukkan dengan banyaknya keunggulan yang dimiliki aplikasi telegram responden lebih mudah untuk memberi informasi dan menerima informasi mengenai pekerjaan. Pada indikator ke tiga mengenai aplikasi telegram menjamin keamanan privasi pekerjaan, responden memberikan penilaian setuju, hal ini menunjukkan bahwa aplikasi telegram mampu menjaga semua privasi penting pekerjaan para karyawan.

Dalam hal ini sesuai dengan pernyataan Ruslan, ada beberapa poin dari fungsi media internal, salah satunya yaitu sebagai ajang komunikasi khusus karyawan. Bahwa dengan menggunakan aplikasi telegram responden bisa lebih aman dan terbuka untuk berbagi informasi mengenai pekerjaan tanpa harus diketahui oleh orang di luar perusahaan. Di mana juga keunggulan-keunggulan yang dimiliki oleh aplikasi tersebut seperti *emoticon* pada aplikasi bisa digunakan untuk memberikan ucapan khusus kepada sesama rekan kerja contohnya seperti ucapan selamat ulangtahun atau ucapan lainnya, agar terjalin hubungan yang harmonis di lingkungan kerjan.

Jika diakumulasikan keseluruhan skornya maka pada variabel format akan diperoleh skor rata-rata sebesar sebesar 80,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel

dari format menunjukkan hasil yang efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

#### 6. Sumber

Pada indikator pertama variabel sumber mengenai dengan aplikasi telegram karyawan mendapatkan informasi langsung dari kantor pusat tanpa perantara orang lain responden memberikan penilaian setuju. Pada indikator kedua mengenai apakah responden mendapatkan informasi pekerjaan dari media lain (misal gmail dll) responden memberikan penilaian setuju, hal ini menunjukkan bahwa responden juga menggunakan media lain untuk mendapatkan informasi mengenai pekerjaan.

Sesuai dengan pernyataan dari Anita bahwa komunikasi efektif dipengaruhi oleh 5 faktor, salah satunya yaitu faktor keterbukaan. Pada variabel sumber para pegawai PT.Telkom bisa mendapatkan informasi langsung dari kantor pusat tanpa prantara, yang artinya bahwa adanya sikap saling terbuka antara kantor pusat dan para pegawai di kantor Witel Palu.

Dari dua indikator mengenai variabel sumber diatas, jika diakumulasikan keseluruhan skor dari variabel sumber maka akan diperoleh skor rata-rata sebesar sebesar 80,1%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dari sumber menunjukkan hasil yang efektif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Berdasarkan hasil akumulasi keseluruhan variabel mengenai efektivitas media internal, dari keenam variabel tersebut menunjukkan bahwa media telegram efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

#### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, pada variabel

penerimaan pesan, responden sangat setuju bahwa responden sering menggunakan atau mengakses media telegram, dan pesan yang responden kirimkan, diterima oleh orang yang dituju. Dapat dilihat bahwa pada variabel penerimaan pesan sangat efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Pada variabel isi pesan, Penilaian responden setuju terhadap pesan yang dibagikan mudah dimengerti oleh seluruh responden, pesan yang dibagikan berisikan informasi pekerjaan dan diluar pekerjaan, dan pesan yang masuk dapat memenuhi kebutuhan informasi para responden. dapat dilihat bahwa pada variabel isi pesan efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Pada variabel ketepatan waktu, memiliki penilaian sangat setuju dimana menurut responden pesan yang mereka kirimkan langsung mendapatkan respon dari rekan mereka, responden juga langsung menanggapi pesan yang masuk, dan dengan menggunakan media telegram waktu respondenpun lebih efisien dalam mengerjakan pekerjaan dan dalam berkomunikasi ke sesama rekan kerja ataupun kepada pimpinan. Dapat dilihat bahwa pada variabel ketepatan waktu sangat efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Pada variabel terkait media, penilaian responden setuju dimana mudahnya aplikasi telegram untuk diakses oleh responden, aplikasi telegram mampu memuat karakter pesan yang tidak terbatas, dan responden tidak sering mengalami gangguan saat menggunakan media telegram. Dapat dilihat bahwa pada variabel media efektif dalam meningkatkan

pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Pada variabel terkait format, penilaian responden setuju dimana menurut responden terdapat kesamaan format yang dikirimkan dan yang diterima oleh para responden, aplikasi telegram memiliki banyak kelebihan yaitu salah satunya aplikasi telegram dapat menjamin keamanan privasi pekerjaan para responden. Dapat dilihat bahwa pada variabel format efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Pada variabel terkait sumber memiliki penilaian setuju dimana menurut responden dengan menggunakan aplikasi telegram responden langsung bisa mendapatkan informasi pekerjaan dari kantor pusat tanpa perantara orang lain, dan juga responden dapat menggunakan media lain untuk mendapatkan informasi pekerjaan. Dapat dilihat bahwa pada variabel sumber efektif dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

Rata-rata hasil keseluruhan dari keenam variabel efektifitas media telegram memiliki hasil yang efektif. Maka dapat disimpulkan bahwa media internal telegram efektif sebagai media internal dalam meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan PT.Telkom Witel Sulteng.

#### **Daftar Pustaka**

- Anoraga, Panji.(2000). *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT.Rineka Cipta.
- Aprianto.(2010). *Hubungan Penggunaan Media Internal Portal Internet Telkom Divre VII Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dan Komunikasi Karyawan PT. Telkom Kandatel Palu. Program Studi Ilmu*

- Komunikasi. Universitas Tadulako*. Palu.
- Bernard, Cheter.(1982) *Fungsi Eksekutif*. Edisi Ketiga Puluh. Jakarta: LPPM,dan Pustaka Binaan Presisndo.
- Bungin, Burhan. (2007), *Sosiologi Komunikasi Teori,Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta : Kencana
- Bungin, Burhan.(2001). *Metode Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Cangara, Hafied.(2012), *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT.Rajagrafindo Persada.
- Deddy, Mulyana.(2007). *Ilmu Komunikasi suatu pengantar*. Bandung : PT . Rosdakarya.
- DeVito, Joseph A, (1997). *Human Communication (Komunikasi Antar Manusia)* Edisi ke 5, Jakarta : Profesional Book.
- Effendy, Onong,Ucjanana, (2007). *Komunikasi:Teori Dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Ference,T.P. (1970). *Organisasi communication System and decision process*. Managemany scince.
- Hadari Hanawi. (2003). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press .Cet.10.
- Hafid, Cangara(2004), *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT.Grafindo persada.
- Hanawi. 2003. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada.
- Hardjana, Andrea. (2000), *Audit Komunikasi Teori dan Praktek*, jakarta : Grasindo.
- <https://dailysocial.id/post/apa-itu-telegram/>. Diakses tanggal 22 Maret 2017. Pukul 14.28
- <https://ptkomunikasi.wordpress.com/2012/06/11/pengertian-media-sosial-peran-serta-fungsinya/> Diakses tanggal 21 Maret 2017. Pukul 22.15
- <https://www.centerklik.com/apa-aplikasi-telegram-cara-menggunakan-telegram/>. Diakses tanggal 22 Maret 2017. Pukul. 15.20
- Kriyantono,Racmat.(2009). *Teknik praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Moor, H.Fraiser .(1998), *Hubungan Masyarakat*.Bandung :Rosdakarya.
- Muhammad, Arni.(2004), *Komunikasi Organisasi*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Pawit M Yusup. (1995). *Pedoman Praktis Mencari Informasi*.Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Philip Kotler. (1995). *Manageman Pemasaran*. Jakarta: Selemba Empat.
- R Wayne pace dan Don F Faules. (2006). *Komunikasi Organisasi “Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan”*. Editor Deddy Mulyana.
- Rakhmat, Jalaludin.(2002). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Rivai,V.(2004). *Manajemen sumber daya manusia untuk perusahaan : dari teori ke praktek*. Jakarta : PT.Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady.(2014), *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : PT.Rajagrafindo Persada.
- Ruslan,Rosady.(2004). *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. Jakarta :PT.Raja Grafindo Persada.
- Sari Puti Nova.(2018). *Efektifitas komunikasi aplikasi telegram sebagai media informasi pegawai PT.Pos Indonesia (PERSERO)*. Kota pekan baru.Vol.5, Universitas Riau. Diakses tanggal 1 November 2018. Pukul 09.45
- Siregar,Syafian.(2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual &*

- SPSS. Cetakan ke-1. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Soeranto A.W.(2005). *Komunikasi Perkantoran*. Yogyakarta: Media Wacana.
- Sri Ninik Rejeki, Herawati Anita. (1999). *Dasar-Dasar Komunikasi Untuk Penyuluhan*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Sugiyono.(2002). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta
- Surakhmad, Winarno. (1978). *Pengantar Penelitian Ilmiah; Dasar Metode Teknik*. Bandung: Tarsito
- Umar, Husein. (2002). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- W.J.S.Poerdarminta.(2000). *Buku Kamus Bahasa Indonesia*. Jakarta: Graha Indonesia.
- Wibowo.(2007). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: PT. Radja Grafindo Perkasa.
- Winarno Surakhmad. (1978). *Dasar dan Teknik Research Pengantar Metodologi Ilmiah*. Bandung : Tarsito
- Yulianita, Neni. (2005). *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: Bumi Aksara