



**PERSEPSI KARYAWAN TERHADAP MEDIA INTERNAL
NEWSWEEKLY DI PERUSAHAAN XYZ**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun Oleh:

RIEZCA AUSVIA

44211120130

MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2015



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Riezca Ausvia
NIM : 44211120130
FAKULTAS : ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN : PUBLIC RELATIONS
JUDUL : PERSEPSI KARYAWAN TERHADAP MEDIA INTERNAL
NEWSWEEKLY DI PERUSAHAAN XYZ

Jakarta, 08 Juli 2015

Mengetahui,
Pembimbing:

(Diah Wardhani, Dra., M.Si.)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

NAMA : RIEZCA AUSVIA
NIM : 44211120130
FAKULTAS : ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN : PUBLIC RELATIONS
JUDUL : PERSEPSI KARYAWAN TERHADAP MEDIA INTERNAL
NEWSWEEKLY DI PERUSAHAAN XYZ

Jakarta, 25 Juli 2015

Mengetahui :



1. Ketua Sidang (Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

2. Penguji Ahli

(Marwan Mahmudi, M.Si)

3. Pembimbing

(Diah Wardhani, Dra., M.Si)




Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBARAN PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

NAMA : RIEZCA AUSVIA
NIM : 44211120130
FAKULTAS : ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN : PUBLIC RELATIONS
JUDUL : PERSEPSI KARYAWAN TERHADAP MEDIA INTERNAL
NEWSWEEKLY DI PERUSAHAAN XYZ

Jakarta, Juli 2015

Disetujui dan Diterima Oleh:
Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Diah Wardhani, Dra. M.Si)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Jurusan Public Relations



(Dr. Agustina Zubair, M.Si.)



(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si.)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabil allamin saya ucapkan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia dan rizki Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Public Relations Universitas Mercu Buana.

Dengan segala keterbatasan, peneliti menyadari bahwa laporan tugas akhir ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Diah Wardhani, Dra., M.Si., selaku dosen pembimbing tugas akhir pada Jurusan *Public Relations* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan saran, masukan, koreksi dan motivasi.
 2. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si, dekan fakultas Ilmu Komunikasi.
 3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, ketua bidang studi *Public Relations*
 4. Seluruh team SCM yang selalu membantu.
 5. Seluruh dosen pengajar selama masa perkuliahan yang telah membekali ilmu pengetahuan dan para staf Universitas Mercu Buana yang telah membantu selama masa perkuliahan hingga berakhirnya proses skripsi ini.
 6. Chairul Saleh yang senantiasa menemani setiap kuliah, serta supportnya yang luar biasa.
 7. Keluarga Ausri Osman yang telah memberikan doa dan bantuan secara moril dengan sindiran karena terlalu lama menyelesaikan skripsi.
 8. Sahabat yang terus memberikan semangat dan teman-teman yang mau di repotkan selama pembuatan proses skripsi ini.
 8. Teman-teman seperjuangan PR, atas kebersamaan dan kerjasama selama proses perkuliahan dan proses skripsi ini selesai. Untuk Yenny, Farhan, Gilang, Bu Refi, Hapsari dan yang lainnya.
- Penulis menyadari, banyak kekurangan yang terjadi pada skripsi ini. Akhir kata,

peneliti ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang sangat membantu dalam proses pembuatan sripsi ini. Serta kritik dan saran akan senantiasa peneliti terima dengan senang hati.



DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	I
LEMBAR PERSETUJUAN	II
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG	III
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SRIPSI	IV
ABSTRAKSI	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR LAMPIRAN	XI
BAB I – PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II - TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi.....	7
2.1.1. Definisi Komunikasi.....	7
2.2 Komunikasi Organisasi.....	11
2.2.1. Tujuan Komunikasi Organisasi.....	13
2.3 <i>Komunikasi Internal</i>	13
2.4 Media Komunikasi Internal.....	17
2.4.1 Media Internal.....	17
2.4.1.1 Pengertian Media Internal.....	18
2.4.1.2 Fungsi Media Internal.....	18
2.4.1.3 Bentuk-bentuk Media Internal.....	19
2.5 Hubungan Masyarakat.....	21

2.6 Persepsi.....	22
2.6.1 Pengertian Persepsi.....	22
2.6.2 Faktor-faktor Penyebab Perbedaan Persepsi.....	25
 BAB III - METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1. Populasi.....	29
3.3.2. Sampel.....	30
3.2. 3. Teknik Sampling.....	31
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.4.1. Data Primer.....	32
3.4.2. Data Sekunder.....	32
3.5 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	32
3.5.1. Defenisi Konsep.....	32
3.5.2. Operasionalisasi Konsep.....	33
3.6 Teknik Analisis Data.....	38
3.6.1. Skala Likert.....	37
3.6.2. Kriteria Interpretasi Jawaban.....	40
 BAB IV - HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambatan Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan XYZ.....	42
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan XYZ.....	43
4.1.3. Sturktur Organisasi Perusahaan XYZ.....	43
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.3 Pembahasan.....	64
 BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	68
5.2.1 Saran Akademis.....	68

5.2.2 Saran Praktis..... 68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Contoh Kuesioner
- Lampiran 2: Tabulasi hasil Kuesioner
- Lampiran 3: Contoh Newsweekly
- Lampiran 4: Daftar Riwayat Hidup

