



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS**

**MIEKA NENCI (44208120033)**

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PT. HARTADIKA USAHA MANDIRI  
JAKARTA DALAM MEMOTIVASI KERJA KARYAWAN**

i-xi + 129 Halaman + 26 Lampiran + 1 Riwayat Hidup

**ABSTRAKSI**

Perusahaan membutuhkan karyawan agar mencapai kesuksesan, oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan kepentingan dan kebutuhan karyawannya. Apabila kepentingan dan kebutuhan karyawan terpenuhi dengan baik, maka dapat memberi motivasi pada karyawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan aktivitas komunikasi PT. Hartadika Usaha Mandiri dalam memotivasi kerja karyawan.

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi, seperti komunikasi antara pimpinan dan bawahan, antara sesama bawahan, dan lain sebagainya. Motivasi kerja adalah sejumlah gaya atau dorongan yang dapat berasal dari dalam dan dari luar seseorang untuk mengawali tingkah laku yang berhubungan dan untuk menentukan bentuk, arah, intensitas dan lamanya. Dengan adanya aktivitas komunikasi dari manajemen PT. Hartadika Usaha Mandiri (HD Tours) yang baik, diharapkan karyawan mempunyai motivasi kerja yang tinggi dan akhirnya karyawan akan bekerja lebih giat.

Nara sumber yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Direktur Utama, Manajer dan Karyawan PT. Hartadika Usaha Mandiri Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan mengacu pada beberapa konsep dan teori yaitu konsep aktivitas komunikasi internal dan motivasi kerja serta teori Hierarki Kebutuhan *Abraham Maslow*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam.

Berdasarkan pengamatan dan terutama hasil wawancara yang dilakukan diketahui bahwa aktivitas komunikasi komunikasi internal PT. Hartadika Usaha Mandiri sudah berjalan dengan baik dimana komunikasi internal tersebut terbagi menjadi tiga, yaitu komunikasi vertikal ke bawah, komunikasi vertikal ke atas dan komunikasi horizontal. Dalam pelaksanaannya menggunakan dua model, yaitu secara formal dan informal. Penelitian ini kiranya dapat menjadi tambahan khazanah dalam studi komunikasi khususnya di bidang *Public Relations* bahwa aktivitas komunikasi internal yang dilakukan secara efektif, terkelola dan terprogram oleh sebuah perusahaan akan berpengaruh terhadap motivasi kerja karyawan.