



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Jurusan Public Relations
Miftakhul Janah
44208010075

Kepuasan Komunikasi Karyawan dalam Proses Privatisasi pada PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk Kantor Pusat
Jumlah halaman: ix+109 halaman+33 lampiran+35 bibliografi (1987-2012)

ABSTRAKSI

Komunikasi merupakan unsur penting dari jalannya suatu organisasi. Begitu pentingnya kegiatan komunikasi sehingga kepuasan komunikasi dalam organisasi perlu diperhatikan. Apalagi ketika sebuah perusahaan yang notabene adalah perusahaan milik pemerintah dengan status badan hukum BUMN, berubah kepemilikannya menjadi perusahaan publik yang tidak hanya dimiliki oleh pemerintah, namun juga pihak swasta, perusahaan perlu mengkomunikasikan berbagai hal terkait privatisasi ini kepada karyawannya, dimana proses komunikasi tersebut tentunya akan menimbulkan dampak komunikasi, yaitu ada yang puas maupun tidak puas. Sehingga menjadi menarik untuk meneliti kepuasan komunikasi karyawan dalam proses privatisasi tersebut. Berdasarkan pemikiran inilah, penulis melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengukur kepuasan komunikasi karyawan dalam proses privatisasi pada PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk kantor pusat.

Konsep kepuasan komunikasi dalam penelitian ini diambil dari pemikiran Wayne Pace dan Don Faules yang terdiri dari 8 dimensi kepuasan komunikasi, yaitu: Informasi yang berkaitan dengan pekerjaan, Kecukupan Informasi, Kemampuan menyarankan perbaikan, Efisiensi berbagai saluran

Penelitian dilakukan di kantor pusat PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk dengan mengambil sebanyak 81 responden sebagai sampel. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan metode kuantitatif deskriptif, dimana peneliti menyebarkan kuesioner tertulis kepada sampel terpilih dengan metode penarikan sampel menggunakan *stratified random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan rata-rata responden merasa puas dengan aspek-aspek komunikasi yang ada dalam perusahaan dimana kepuasan komunikasi karyawan positif, artinya karyawan puas terhadap aspek –aspek komunikasi dalam perusahaan. Saran penulis, agar perusahaan mengadakan evaluasi dan terhadap media komunikasi perusahaan dan lebih variatif dan selektif dalam memilih media komunikasi yang akan digunakan perusahaan untuk menginformasikan berbagai hal kepada karyawan.