

AHMAD FADLI 44205110003

Hubungan Antara Pemanfaatan Media Internal “Volkswagen Fanzine” Dengan Kebutuhan Informasi Karyawan PT. Garuda Mataram Motor - Volkswagen

ix hal + 91 hal + lampiran + CV

Bibliografi : 23 buku (Th 1996 – 2008)

ABSTRAKSI

Media Internal saat ini bukan hanya sebagai alat sosialisasi manajemen dan kebijakannya tetapi juga bisa sebagai tempat untuk menampung aspirasi karyawannya. Pada prinsipnya media internal seharusnya komunikasi dua arah sehingga menampung apa saja yang menjadi keinginan karyawan dan manajemen. Itu sebabnya media internal yang efektif harus bisa memetakan target pembacanya sehingga bisa didistribusikan pada lingkungan internal dan eksternal. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media internal Volkswagen Fanzine oleh Karyawan Kantor Pusat PT. Garuda Mataram Motor – Volkswagen.

Untuk menjawab masalah pokok diatas, maka penulis menggunakan teori komunikasi organisasi dari Harold D. Lasswell dan J. S. Selinger

Jenis dan metode penelitian yang dipakai penulis adalah kuantitatif explanatif melalui metode kuisioner dan dibagikan melalui teknik penarikan sampel *Random Sampling* dimana setiap anggota populasi akan mendapatkan peluang yang sama untuk terpilih kedalam sampel. Sedangkan teknik perhitungan angkanya akan menggunakan skala likert. Hasil penelitian ini dengan menggunakan metode diatas dalam bentuk presentase.

Kesimpulan dari penelitian adalah bahwa karyawan PT. Garuda Mataram Motor sudah mempunyai kesadaran mengenai fungsi dari Volkswagen Fanzine sebagai media informasi dan Pemanfaatan media internal “Volkswagen Fanzine” karyawan PT. Garuda Mataram Motor (Volkswagen) adalah tinggi. Artinya informasi yang disampaikan dalam rubrik Volkswagen Fanzine proporsional dan lengkap menginformasikan kebijakan perusahaan serta aktivitas perusahaan secara lengkap. Selain itu penyajian informasi yang menarik dan selalu aktual pada setiap penerbitannya menjadikan karyawan berminat untuk selalu mengikuti informasi yang disampaikan.

Disarankan adanya penambahan informasi terutama informasi mengenai kebijakan perusahaan serta aktivitas karyawan secara factual sehingga tidak menimbulkan benturan komunikasi antara informasi yang diterima dengan kenyataan yang ada di lapangan