

ABSTRAKSI



MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN HUBUNGAN MASYARAKAT**

**IKLIM KOMUNIKASI DAN KEPUASAN KOMUNIKASI ORGANISASI:
STUDI DESKRIPTIF DI PT RIKEN ASAHI PLASTICS INDONESIA**
TEBAL HALAMAN : 111, BIBLIOGRAFI : 16 BUKU (1981-2003)

**MAYA SAFITRI
NIM: 0420212-044**

Salah satu bentuk kerjasama yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan multinational saat ini adalah membentuk usaha baru yang dikenal dengan istilah Joint Venture. Salah satunya adalah bentuk kerja sama antara Indonesia dengan Jepang.

Kerangka pemikiran yang digunakan adalah bahwa penelitian ini dimulai dari komunikasi organisasi dari Wyne, sampai pada dimensi-dimensi untuk mendefinisikan iklim komunikasi di RAPINDO yang diukur berdasarkan 5 dimensi (Redding): Adanya dukungan atasan terhadap bawahan, Keikutsertaan dalam pengambilan keputusan, Kepercayaan dan kredibilitas, Keterbukaan, dan Perhatian pada Tujuan-tujuan Berkinerja Tinggi. Dan Kepuasan komunikasi diukur berdasarkan 8 dimensi (Downs & Hazen, 1977): Komunikasi, motivasi, tujuan organisasi dan keberpihakan pegawai, Sikap supervisor terhadap ide pegawai, pemberian bimbingan terhadap pegawai dalam hubungannya dengan pekerjaan, Informasi tentang lingkungan kerja, Rapat (*meeting*), Desas-desus dan komunikasi horizontal, Informasi tentang organisasi sebagai suatu keseluruhan, respon terhadap komunikasi ke bawah, Penilaian kinerja karyawan dan penghargaanannya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat deskriptif. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode survey yang lengkap (*sensus*). Kuesioner akan disajikan dengan menggunakan Skala Likert atau juga disebut sebagai *method of summated ratings*. Sample dari penelitian ini terdiri dari 126 orang karyawan PT Rapindo.

Dari hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa iklim komunikasi di PT Rapindo sangat baik dan kepuasan komunikasi organisasi yang juga baik di mana, Individu bebas menyatakan pendapat atau aspirasinya, baik melalui media intranet, pesawat telepon antarmaja, ataupun melalui komunikasi antar karyawan dan atasannya masing-masing. Karyawan merasa puas dengan komunikasi yang terjadi di perusahaan. Komunikasi internal dan eksternal, horizontal dan vertikal berlangsung dengan baik melalui media-media seperti papan pengumuman dan *intranet*.