



MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

ABSTRAKSI

Nur Rizki Diniyah

Pengetahuan Dan Sikap Karyawan TVRI Pusat Jakarta Mengenai TVRI Sebagai TV Publik

i-x + 88 hal + 29 lampiran + 28 tabel + 38 bibliografi (1972 – 2005)

Fungsi humas pada suatu organisasi adalah sebagai jembatan informasi antara organisasi dengan publiknya baik internal maupun eksternal. TVRI sebagai salah satu organisasi penyiaran di Indonesia yang sedang melakukan perubahan dari tv pemerintah menjadi tv publik, oleh karena itu perlu adanya dukungan dari seluruh karyawan.

Seluruh jajaran pimpinan TVRI beserta Humas mensosialisasikan kepada karyawan mengenai perubahan TVRI dari tv pemerintah menjadi tv publik. Setelah dilakukan sosialisasi maka penelitian ini ingin melihat umpan balik dari sosialisasi yaitu timbulnya pengetahuan dan sikap dari karyawan.

Oleh karena itu skripsi ini mengambil judul “Pengetahuan Dan Sikap Karyawan TVRI Pusat Jakarta Mengenai TVRI Sebagai TV Publik”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan dan sikap karyawan TVRI Pusat Jakarta mengenai TVRI sebagai tv publik. Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Komunikasi Organisasi, Komunikasi Internal, Sosialisasi, Pengetahuan dan Sikap, serta TV Publik.

Sifat penelitian adalah deskriptif kuantitatif. Untuk metode penelitian yang digunakan yaitu metode survey dengan melakukan penyebaran kuesioner. Jumlah populasi sebesar 1397 karyawan TVRI Pusat Jakarta dan sampel diambil secara *stratified random sampling* yang bersifat proporsional sebanyak 93 orang. Teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran kuesioner secara langsung kepada karyawan TVRI Pusat Jakarta dan didukung pula wawancara kepada manajemen TVRI.

Hasil penelitian secara akumulatif menunjukkan bahwa mengenai pengetahuan karyawan TVRI Pusat Jakarta mengenai TVRI sebagai tv publik sebesar 67.7 %. Sedangkan mengenai sikap karyawan TVRI Pusat Jakarta mengenai TVRI sebagai tv publik sebesar 75.5 %. Hal ini berarti bahwa pengetahuan dan sikap karyawan sudah baik (61 – 80 %) untuk bisa memahami dan menilai hasil dari sosialisasi. Penulis menyarankan adanya penelitian lanjut yang mengukur perilaku karyawan terhadap tv publik.