

**ANALISIS MOTIVASI KARYAWAN**

**PT.CAMPINA ICE CREAM**

**SKRIPSI**



**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar  
Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh :**

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**Nama : Jessy Margaret  
NIM : 44210110169  
Jurusan : Public Relation**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2016**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

**Judul** : Analisis Motivasi Karyawan  
PT. Campina Ice Cream

**Nama** : Jessy Margaret

**NIM** : 44210110169

**Fakultas** : Ilmu Komunikasi

**Bidang Studi** : Public Relation

Jakarta, 9 Januari 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulisty, P.Hd)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

**Judul** : Analisis Motivasi Karyawan  
PT. Campina Ice Cream

**Nama** : Jessy Margaret

**NIM** : 44210110169

**Fakultas** : Ilmu Komunikasi

**Bidang Studi** : Public Relation

Mengetahui,

1. Ketua Sidang  
Rahmadya Putra M.Si (.....)
2. Penguji Ahli  
Dr. Farid Hamid, S.Sos, M.Si (.....)
3. Pembimbing  
Dr. Henni Gusfa, M.Si (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**Judul** : Analisis Motivasi Karyawan  
PT. Campina Ice Cream  
**Nama** : Jessy Margaret  
**NIM** : 44210110169  
**Fakultas** : Ilmu Komunikasi  
**Bidang Studi** : Public Relation

Mengetahui,  
UNIVERSITAS  
Pembimbing  
MERCU BUANA

(Dr. Henni Gusfa, M.Si)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan. Karena peneliti bisa mengerjakan skripsi ini.

Tidak lupa juga peneliti ingin berterima kasih juga kepada :

1. Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah banyak berjasa dalam membantu menyelesaikan skripsi ini.
2. Mama dan Papa, orangtua yang selalu mendorong untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Teddy DwiSoesilo, kekasih yang tak henti mendukung dalam pembuatan skripsi ini.
4. Sentot Hernawan, selaku pimpinan di PT. Campina Ice Cream yang juga turut membantu dan mengizinkan peneliti untuk meneliti di PT. Campina Ice Cream
5. Teman-teman peneliti yang tidak bisa disebutkan semuanya. Terimakasih kalian yang sudah banyak memberi support untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini nantinya bisa menjadi bahan yang bisa membantu orang lain dalam menghadapi problem yang sama seperti yang diteliti.

Penulis

Jessy Margaret



## ABSTRAK

Di jaman yang semakin modern ini, tentu akan banyak sekali hal yang terjadi dan mungkin berubah seiring dengan berjalannya waktu. Sama halnya dengan kompetisi atau persaingan di dunia *FMCG (Fast Moving Consumer Good)*, makanan atau minuman juga saling bersaing untuk mendapatkan perhatian atau menjadi urutan teratas. Masing-masing perusahaan berbondong-bondong menciptakan *brand awareness* terhadap masyarakat luas.

Begitu juga dengan perusahaan ice cream. Sama halnya dengan banyak perusahaan lainnya, yang juga sama-sama ingin menduduki posisi teratas. Dalam hal ini tentu setiap perusahaan harus memikirkan bagaimana cara untuk tetap bisa bertahan dalam persaingan antar sesama ice cream. Tentunya yang mempunyai peranan penting dalam hal ini adalah komunikasi. Bagaimana bisa menciptakan brand awareness jika tidak komunikasi, meskipun tidak secara langsung, hanya melalui atau menggunakan media.

Komunikasi tentu memegang peranan penting baik di internal atau eksternal perusahaan itu sendiri. Sebelum melakukan komunikasi kepada eksternal perusahaan, lihat dulu apakah komunikasi di internal perusahaan sudah berjalan dengan baik dan benar, sesuaikah dengan aturan yang ada. Jika dari internal saja sudah ada yang salah, maka tentu akan member efek yang buruk juga ke depannya dan untuk eksternal. Karna bisa saja kinerja atau motivasi karyawan perusahaan tersebut jadi menurun. Memang terdengar sepele, tapi tidak boleh diabaikan karena memang kunci utama kesuksesan suatu perusahaan pasti ada dalam komunikasi.

Menjalin komunikasi yang baik tentu juga tidak mudah, ada tata cara berkomunikasi yang baik dan benar, tinggal bagaimana kita mengimplementasikannya. Bagaimana seorang pimpinan berkomunikasi dengan karyawan dan sebaliknya. Apakah sudah berjalan sesuai dengan cara yang benar. Contoh misalnya seorang atasan tidak bisa berkomunikasi yang baik atau dia sedikit bicara, tidak akan tercapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan, begitupun sebaliknya. Oleh karena itu pentinglah kita menjaga komunikasi satu dengan lainnya.

# MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

Cover/Judul.....	i
Lembar Persetujuan Skripsi.....	ii
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi.....	iii
Lembar Pengesahan Perbaikan Skripsi.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Akademis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Gaya Komunikasi.....	4
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	4
2.1.2 Fungsi Komunikasi.....	6
2.1.3 Tujuan Komunikasi.....	7
2.1.4 Komunikasi Organisasi.....	8
2.2 Gaya Komunikasi.....	11
2.2.1 Macam Gaya Komunikasi.....	12

2.3 Teori Motivasi .....	23
2.4 Hipotesis .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Tipe Penelitian .....	27
3.2 Metode Penelitian .....	27
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi.....	28
3.3.2 Sampel .....	28
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	29
3.4 Definisi dan Operasionalisasi Konsep.....	30
3.4.1 Definisi Konsep.....	30
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	31
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.5.1 Data Primer.....	32
3.5.2 Data Sekunder.....	32
3.6 Teknik Analisa Data .....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN</b>	
4.1.1 Sejarah PT. Campina Ice Cream.....	33
4.1.2 Visi dan misi.....	35
4.1.3 Strategi Marketing PT.Campina Ice Cream.....	35
4.1.4 Distribusi PT.Campina Ice Cream.....	38
4.1.5 Performance dan Keuntungan.....	38
4.1.6 Reputasi .....	39
4.1.7 Product.....	40



4.1.8 Unit Bisnis .....	41
4.1.9 Struktur Organisasi .....	43
4.2.0 Sumber Daya Manusia .....	44
4.2.1 Hasil Penelitian .....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	60



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA