



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Public Relations

Emma Magdalena

44212110042

Iklm Komunikasi dan Pembentukan Identitas PT. Sari Coffee Indonesia

Jumlah halaman : x + 117 halaman + 18 lampiran Bibliografi

: 21 acuan, Tahun 2006 – 2015

ABSTRAK

Iklm komunikasi organisasi yang kondusif sangat penting bagi kemajuan suatu perusahaan, dimana setiap karyawan merasa bebas berkomunikasi langsung dengan atasan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan iklim komunikasi organisasi dan pembentukan identitas perusahaan.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui iklim komunikasi dengan landasan teori *Redding Wayne* dan *Don.F. Faules*, dan identitas perusahaan berlandaskan teori M. Linggar Anggoro. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara tidak terstruktur dan observasi partisipan.

Hasil penelitian membahas bagaimana iklim komunikasi dan identitas perusahaan sudah terbentuk sesuai dengan keinginan perusahaan. Dengan demikian, peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai iklim komunikasi dan proses pembentukan identitas perusahaan PT. Sari Coffee Indonesia.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklim komunikasi yang dijalankan berkesinambung dalam pembentukan identitas perusahaan. Iklim komunikasi yang terdapat di PT. Sari Coffee Indonesia adalah iklim komunikasi mendukung.

Kata kunci : Iklim Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Identitas Perusahaan