

ABSTRACT

Merger is one of the company's strategy to improve the quality and quantity of products or services produced. This combination can be applied vertically or horizontally. PT Indonesia Entertainmen Production is one form of the process of merging the two production divisions of PT Surya Citra Televisi (SCTV) and also PT Indosiar Visual Mandiri (Indosiar) which later created a new company focused on presenting superior television programs for SCTV and Indosiar television stations . Combining two resources that have different cultures and work climate is certainly not a simple matter, a system that has been embedded for years on both sides will certainly be a challenge for management and its leaders to be able to synergize the two resources to produce more output well. At the beginning of the post-merge period, things did not go smoothly. Many of the employees decide to resign from the company for a variety of reasons. Nothing is instant, indeed, but is the organizational communication climate created after the merger appropriate and has the organization's objectives been achieved? Effective communication, fast feedback, trust and increased creativity will certainly be an indicator of the success of a good synergy. This study focuses on the post merger conditions whether the communication climate produced is in accordance with organizational goals

Keywords : Organizational Communication, Climate Communication, New Media



ABSTRAK

Merger atau penggabungan adalah salah satu upaya perusahaan untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas dari produk barang atau jasa yang dihasilkan. Penggabungan ini bisa berlaku secara vertikal ataupun juga horizontal. PT Indonesia Entertainmen Produksi adalah salah satu bentuk dari terjadinya proses penggabungan dua divisi produksi dari PT Surya Citra Televisi (SCTV) dan juga PT Indosiar Visual Mandiri (Indosiar) yang kemudian melahirkan perusahaan baru yang berfokus dalam menghadirkan program televisi unggulan bagi stasiun televisi SCTV dan Indosiar. Menggabungkan dua sumber daya yang memiliki budaya serta iklim kerja yang berbeda tentu bukanlah perkara yang sederhana, sistem yang sudah tertanam selama bertahun-tahun di kedua belah pihak tentunya akan menjadi tantangan tersendiri bagi manajemen maupun para pemimpinya untuk dapat mensinergikan dua sumberdaya untuk menghasilkan output yang lebih baik. Diawal masa-masa kondisi setelah penggabungan, tidaklah berjalan mulus. Banyak dari karyawan yang memutuskan untuk mengundurkan diri dari perusahaan dengan berbagai macam alasan. Tidak ada yang instan memang, tetapi apakah iklim komunikasi organisasi yang tercipta pasca penggabungan sudah sesuai dan apakah tujuan organisasi-pun juga tercapai? Komunikasi yang efektif, feedback yang cepat, kepercayaan, dan kreativitas yang semakin meningkat tentu akan menjadi indikator keberhasilan sebuah sinergi yang baik. Penelitian ini berfokus pada kondisi pasca terjadinya merger apakah iklim komunikasi yang dihasilkan sesuai dengan tujuan organisasi.

Kata kunci : Komunikasi Organisasi, Iklim Komunikasi, Media Baru

UNIVERSITAS
MERCU BUANA