



***SPECIAL EVENT “SHOPEE PLAY DAY 2019” DALAM MENCIPTAKAN
IKLIM KOMUNIKASI PADA PUBLIK INTERNAL PT SHOPEE
INTERNATIONAL INDONESIA JAKARTA***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S-1)
Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

Disusun oleh:

INDRIAWATI

44218120001

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2021**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Indriawati
NIM : 44218120001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : *Public Relations*
Judul : “SPECIAL EVENT “SHOPEE PLAY DAY 2019” DALAM
MENCIPTAKAN IKLIM KOMUNIKASI PADA PUBLIK
INTERNAL PT SHOPEE INTERNATIONAL
INDONESIA JAKARTA”

Jakarta, 28 Januari 2021

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui

Pembimbing

(Drs. Hadi Surantio, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : “SPECIAL EVENT “SHOPEE PLAY DAY 2019” DALAM
MENCIPTAKAN IKLIM KOMUNIKASI PADA PUBLIK
INTERNAL PT SHOPEE INTERNATIONAL
INDONESIA JAKARTA”

Nama : Indriawati
NIM : 44218120001
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

Jakarta, 28 Januari 2021


Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi *Public Relations*



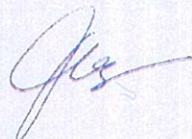
(Drs. Hadi Surantio, M.Si)



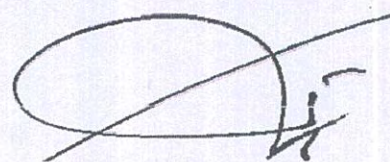
(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Dekan Fakultas

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulistyono, M.comn, Ph.D.)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

| | | | |
|--|------------|------------|-----|
| SURAT PERNYATAAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA | | Q | |
| No. Dokumen | 15.4.03.01 | Distribusi | All |
| Tgl. Efektif | 1 MEI 2014 | | |

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Indriawati
NIM : 4421812001
Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :
Special Event "Shopee Play Day 2019" Dalam Menciptakan Iklim Komunikasi Pada Publik Internal PT Shopee International Indonesia

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagianism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 28 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Nama dan Tandatangan

Mengetahui

Pembimbing I

Hadi Saetia, Dr. M.Si
Nama dan Tandatangan

Pembimbing II
(Jika ada)

Nama dan Tandatangan

Ketua Program Studi

Dr. Farid Hamid, M.Si
Nama dan Tandatangan

Fakultas Ilmu Komunikasi - Universitas Mercu Buana
Jl. Meruya Selatan Kembangan Jakarta Barat 11650
www.mercubuana.ac.id



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Indriawati
44218120001

SPESIAL EVENT “SHOPEE PLAY DAY 2019” DALAM MENCIPTAKAN IKLIM KOMUNIKASI PADA PUBLIK INTERNAL PT SHOPEE INTERNATIONAL INDONESIA JAKARTA

Bibliografi: 114 hal + lampiran + 28 buku (2009-2018) + 6 jurnal

ABSTRAKSI

Iklm komunikasi menggambarkan suasana atau atmosfer di dalam suatu hubungan, yaitu bagaimana cara manusia saling berkomunikasi dan berinteraksi satu sama lain. Menurut Redding (1972) iklim komunikasi menjadi hal yang jauh lebih penting daripada keterampilan atau teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif. Penelitian ini membahas bagaimana *special event “Shopee Play Day 2019”* dalam menciptakan iklim komunikasi pada publik internal PT Shopee International Indonesia. Fenomena yang di potret serta observasi yang dilakukan adalah saat *event* yaitu pada tanggal 11 Januari 2019 dan setelah *event* yaitu hingga tanggal 30 April 2019. Sedangkan periode penelitian dilakukan melalui pendekatan kualitatif selama dua tahun, yaitu 11 Januari 2019 hingga 24 Januari 2021.

Konsep penelitian yang digunakan mengacu pada konsep dimensi iklim organisasi menurut Litwin dan Stringer (1968) (Toulson & Smith dalam Prihatsanti 2010) yaitu: (1.) *Supportiveness* (tanggung jawab), (2.) *identity* (identitas), (3.) *warmth* (kehangatan), (4.) *support* (dukungan) dan (5.) *conflict* (konflik). Kelima dimensi iklim organisasi ini akan dikaitkan dengan konsep program *employee relations, special events*.

Penelitian ini mengacu pada paradigma *post positivism*. Penelitian dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif yaitu dengan cara menyajikan hasil wawancara dan melakukan analisis serta menarik kesimpulan terhadap informasi yang ditemukan di lapangan sehingga akan diperoleh gambaran yang jelas tentang objek yang diteliti dan kemudian akan ditarik kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kegiatan *employee relations* PT Shopee International Indonesia melalui kegiatan *special event Shopee Play Day 2019*, telah berhasil menciptakan iklim komunikasi positif pada publik internal PT Shopee International Indonesia. Hal ini dapat dilihat bahwa terpenuhinya kelima dimensi iklim organisasi melalui *program employee relations, special events Shopee Play Day 2019*.

Kata Kunci: *employee relations, special event, iklim komunikasi, Play Day.*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Indriawati
44218120001

SPESIAL EVENT “SHOPEE PLAY DAY 2019” DALAM MENCIPTAKAN IKLIM KOMUNIKASI PADA PUBLIK INTERNAL PT SHOPEE INTERNATIONAL INDONESIA JAKARTA

Bibliografi: 114 pages + attached + 28 books (2009-2018) + 6 journals

ABSTRACT

The communication climate describes the atmosphere or atmosphere in a relationship, which is how humans communicate and interact with each other. According to Redding (1972) the communication climate is far more important than communication skills or techniques solely in creating an effective organization. This research discusses how the special event "Shopee Play Day 2019" in creating a communication climate in the internal public of PT Shopee International Indonesia. The phenomena in the portraits and observations carried out were during the event, namely on January 11, 2019 and after the event that is until April 30, 2019. While the research period was conducted through a qualitative approach for two years, namely January 11, 2019 to January 24, 2021.

The research concept used refers to the concept of organizational climate dimensions according to Litwin and Stringer (1968) (Toulson & Smith in Prihatsanti 2010) namely: (1.) Supportiveness (responsibility), (2.) identity, (3.) warmth, (4.) support and (5.) conflict. The five dimensions of the organization's climate will be associated with the concept of employee relations programs, special events.

This research refers to the paradigm of post positivism. The research was conducted using qualitative research method. Data analysis techniques used in this research is qualitative data analysis by presenting the results of interviews and conducting analysis and drawing conclusions on information found in the field so that a clear picture of the object will be obtained and then will be drawn conclusions.

The results showed that the implementation of PT Shopee International Indonesia employee relations activities through Shopee Play Day 2019 special event, has succeeded in creating a positive communication climate in the internal public of PT Shopee International Indonesia. It can be seen that the fulfillment of the five dimensions of the organizational climate through the employee relations program, Shopee Play Day 2019 special events.

Keywords: *employee relations, special event, climate communication, Play Day.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur serta kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi yang berjudul *Special Event "Shopee Play Day 2019"* Dalam Menciptakan Iklim Komunikasi Pada Publik Internal PT Shopee International Indonesia Jakarta. Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Selain itu juga penulisan skripsi ini menjadi pengalaman penulis guna mempelajari lebih mengenai Public Relations yang telah dipelajari selama perkuliahan.

Selama penyusunan skripsi, tentunya ditemui kesulitan serta hambatan yang penulis alami. Namun berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik dengan adanya motivasi, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Hadi Surantio, Drs,M.Si selaku dosen pembimbing peneliti selama proses pembuatan penelitian yang selalu sabar memberikan arahan, bimbingan, serta semangat terhadap penulis.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana serta sebagai dosen pengampu mata kuliah riset komunikasi.
3. Ibu Dr. Elly Yuliatwati, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Studi *Public Relations* Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Para karyawan serta pihak-pihak PT Shopee International Indonesia yang telah membantu dan memudahkan peneliti dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Kedua orang tua, Bapak Indra Zakirudin dan Ibu Widianingsih selaku orang tua peneliti. Terima kasih atas semua doa dan dukungan yang diberikan kepada peneliti selama penyusunan skripsi
7. Ridha Rachmawati dan Naira Ramadhin selaku adik-adik peneliti. Terima kasih atas masukan dan dukungannya selama peneliti menyelesaikan skripsi.
8. Nabila, Gitta dan Kartina selaku teman-teman terdekat peneliti selama masa kuliah yang telah membantu memberikan dukungan serta saran selama penyusunan skripsi.

Akhir kata, peneliti memohon maaf yang sebesar-besarnya apabila dalam penelitian ini masih terdapat kesalahan atau kekurangan. Selain ini peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi pengetahuan baru untuk yang membaca dan juga dapat menjadi pedoman bagi yang akan melakukan penelitian khususnya dalam hal *employee relations*. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 28 Januari 2021

Peneliti



Indriawati



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI | i |
| LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA | iv |
| ABSTRAKSI | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Fokus Penelitian | 11 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 11 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 12 |
| BAB II | 13 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 13 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu..... | 13 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.2 | Komunikasi Organisasi | 25 |
| 2.2.1 | Komunikasi Internal | 27 |
| 2.2.2 | Iklm Komunikasi Organisasi | 29 |
| 2.3 | <i>Public Relations</i> | 31 |
| 2.3.1 | Publik Internal | 33 |
| 2.3.2 | Program <i>Public Relations</i> | 35 |
| 2.3.2 | Proses Kerja <i>Public Relations</i> | 37 |
| 2.4 | <i>Employee Relations</i> | 38 |
| 2.4.1 | Program <i>Employee Relations</i> | 40 |
| BAB III | | 43 |
| METODOLOGI PENELITIAN | | 43 |
| 3.1 | Paradigma Penelitian | 43 |
| 3.2 | Metode Penelitian | 44 |
| 3.3 | Subjek Penelitian | 45 |
| 3.4 | Teknik Pengumpulan Data | 48 |
| 3.5 | Teknik Analisis Data | 49 |
| 3.6 | Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data | 50 |
| BAB IV | | 53 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | | 53 |
| 4.1 | Gambaran Umum Obyek Penelitian | 53 |
| 4.1.1 | Profil PT Shopee International Indonesia | 53 |
| 4.1.2 | Logo Perusahaan | 56 |

| | | |
|-----------------------------|---|-----------|
| 4.1.3 | Tujuan Perusahaan | 56 |
| 4.1.4 | Positioning Perusahaan | 56 |
| 4.1.5 | Kepribadian Perusahaan..... | 57 |
| 4.1.6 | Nilai Perusahaan..... | 57 |
| 4.1.7 | Kegiatan <i>Shopee Play Day</i> 2019..... | 59 |
| 4.2 | Hasil Penelitian..... | 62 |
| 4.2.1 | Profil Informan..... | 63 |
| 4.2.2 | Kegiatan <i>Special Event</i> Sebagai Sarana Komunikasi Internal..... | 66 |
| 4.2.3 | Kegiatan <i>Special Event</i> Sebagai Sarana Implementasi Untuk Menciptakan Iklim Komunikasi Positif Pada Publik Internal | 70 |
| 4.2.4 | Dimensi Iklim Komunikasi Dalam Kegiatan <i>Special Event</i> | 73 |
| 4.3 | Pembahasan | 75 |
| BAB V | | 83 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | | 83 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 83 |
| 5.2 | Saran..... | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 87 |

DAFTAR TABEL

| | |
|-----------------|----|
| Tabel 2.1 | 17 |
|-----------------|----|



DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 4.1.1. PT Shopee International Indonesia | 53 |
| Gambar 4.1.3. Logo Perusahaan | 56 |
| Gambar 4.1.8. Kegiatan <i>Shopee Play Day</i> 2019 | 58 |

