



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**AKTIVITAS KOMUNIKASI INTERNAL DALAM ORGANISASI
PERUSAHAAN TOKO DIAN MARMER KEDOYA JAKARTA BARAT**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1)
Ilmu Komunikasi Bidang studi Public Relations

Disusun Oleh:

Vidonika Indrawan
44218010101

PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Vidonika Indrawan
NIM : 44218010101
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : **AKTIVITAS KOMUNIKASI INTERNAL DALAM ORGANISASI PERUSAHAAN TOKO DIAN MARMER KEDOYA JAKARTA BARAT** 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 plagiarism, 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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 16 Juli 2022



Vidonika Indrawan

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi

(Anindita, M.Ikom)

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Vidonika Indrawan

NIM : 44218010101

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Judul : AKTIVITAS KOMUNIKAS INTERNAL DALAM

ORGANISASI PERUSAHAAN TOKO DIAN MARMER

KEDOYA JAKARTA BARAT

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,
Pembimbing

(Anindita, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Vidonika Indrawan
NIM : 44218010101
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : AKTIVITAS KOMUNIKASI INTERNAL DALAM ORGANISASI
PERUSAHAAN TOKO DIAN MARMER KEDOYA JAKARTA
BARAT

Jakarta, 16 Juli 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Dr. A. Rahman HI, M.Si (.....)

Penguji Ahli : Diah Wardhani, M.Si (.....)

Pembimbing : Anindita, M.Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul : AKTIVITAS KOMUNIKASI INTERNAL DALAM ORGANISASI
PERUSAHAAN TOKO DIAN MARMER KEDOYA JAKARTA
BARAT

Nama : Vidonika Indrawan

NIM : 44218010101

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

U N I Jakarta, 16 Juli 2022 S

Disetujui dan diterima oleh,
MERCU BUANA

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)

Pembimbing

(Anindita, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Komunikasi
Vidonika Indrawan
44218010101

Aktivitas Komunikasi Internal Dalam Organisasi Perusahaan Toko Dian Marmer Kedoya Jakarta Barat

Bibliografi : 5 Bab, 79 Hal + Lampiran + 35 Buku + 4 Jurnal

ABSTRAK

Komunikasi internal memainkan peran penting dalam sebuah organisasi dan terkait erat dengan tingkat loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan mereka dan organisasi tempat mereka bekerja. Oleh karena itu di dalam suatu organisasi harus dibina komunikasi internal yang baik dan lancar agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan baik dan semaksimal mungkin bisa membantu beroperasi suatu perusahaan.

Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy merupakan paduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) dapat berbeda-beda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.

Paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik, dengan metode deskriptif kualitatif. Subjek penelitian terdiri dari Owner, Manager, Karyawan dari Toko Dian Marmer. Teknik Pengumpulan data primer menggunakan wawancara mendalam. Penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti, strategi komunikasi internal Toko Dian Marmer yang dilakukan oleh pimpinan adalah dengan penyampaian informasi yang mudah dimengerti dan bisa diterima oleh para karyawan sehingga membangun loyalitas kerja para karyawan, strategi komunikasi yang dilakukan yaitu dengan memberikan arahan yang jelas kepada karyawan, mengelola komunikasi antar karyawan, dan melakukan pendekatan secara personal kepada seluruh karyawan.

Kata Kunci: Strategi, Komunikasi Internal, Loyalitas Kerja



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

*Mercu Buana University
faculty of Communication
Field of Communication Studies
Vidonika Indrawan
44218010101*

***Internal Communication Activities in the Company's Organization Dian Marmer
Kedoya Store, West Jakarta***

Bibliography : 5 Chapter, 79 Page + Attachment + 35 Books + 4 Journal

ABSTRACT

Internal communication plays an important role in an organization and is closely related to a high level of loyalty to their work and the organization they work for. Therefore, in an organization, good and smooth internal communication must be fostered so that organizational goals can be achieved properly and as much as possible can help operate a company.

Communication strategy according to Onong Uchjana Effendy is a combination of communication planning and communication management to achieve a goal. To achieve this goal, the communication strategy must be able to show how its tactical operations must be carried out, in the sense that the approach can vary from time to time depending on the situation and conditions.

The paradigm in this study uses a post-positivistic paradigm, with a qualitative descriptive method. The research subjects consisted of Owners, Managers, Employees of Toko Dian Marmer. Primary data collection techniques using in-depth interviews. This study uses qualitative data analysis.

Based on the results of research and data analysis that was late carried out by researchers, the internal communication strategy of the Toko Dian Marmer carried out by the leadership was by delivering information that was easy to understand and could be accepted by employees so as to build employee loyalty, the communication strategy carried out was by providing direction clear communication to employees, manage communication between employees, and take a personal approach to all employees.

Keywords : Strategy, Internal Communication, Work Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW. Penulisan proposal skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Ilmu Komunikasi dengan judul : **Aktivitas Komunikasi Internal Dalam Organisasi Perusahaan Toko Dian Marmer Kedoya Jakarta Barat.**

Penghargaan dan ungkapan terima kasih penulis berikan kepada orang-orang yang berada disekitar penulis yang turut andil dalam membantu penulis menyelesaikan penulisan proposal Skripsi ini, baik dalam bidang akademis maupun moral penulis ucapkan Terima kasih kepada :

1. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom selaku Dosen Mata Kuliah Riset Komunikasi dan Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi
2. Bapak Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si selaku Dosen Mata Kuliah Riset Komunikasi
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Ibu Suryaning Hayati S.E., MM., M.Ikom selaku Kepala Bidang Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
5. Seluruh Dosen dan Staf Sekretariat Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana yang telah memberikan wawasan, pengetahuan, dan bantuan kepada penulis selama perkuliahan.

6. Pihak dari Toko Dian Marmer yang dengan senang hati mempersilahkan penulis untuk melaksanakan penelitian ini.
7. Ayah dan Ibu, Vino dan Ika yang selalu memberikan kasih sayang dan semangat kepada penulis.
8. Sahabat Skripsi (Akbar, Ade, Bitu, Gina, Boyor, Ucup, Hendy, Aziz, Raden, Clarisa, Oya, Tasya Elsa, Kiken) yang senantiasa berdiskusi dan bertukar pikiran tentang dunia perkuliahan.
9. Sahabat yang selalu memotivasi, Ihsan Qashmal, terima kasih karena selalu merelakan waktunya menemani penulis menyelesaikan Skripsi ini.
10. Seluruh Teman-teman Public Relations 2018 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan dan penyusunan proposal skripsi ini banyak mengalami kendala dan masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti berharap para pembaca dapat memberikan masukan atau saran sehingga penelitian ini dapat menjadi lebih baik kedepannya dan bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Tangerang, Mei 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kajian Teoritis	19
2.2.1 Komunikasi	19
2.2.2 Fungsi Komunikasi	21
2.3 Komunikasi Organisasi	22
2.4 Komunikasi Internal	25
2.4.1 Dimensi Komunikasi Internal	26
2.5 Aktivitas Komunikasi	27
2.6 Public Relations	29
2.6.1 Tujuan Public Relations	30
2.6.2 Fungsi Public Relations	31
2.7 Employee Relations	33

2.8 Adopsi Struktur Organisasi	34
2.8.1 Tahapan Adopsi Struktur	34
2.9 Karyawan	35
BAB III	36
METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Subyek Penelitian	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Data Primer	40
3.4.2 Data Sekunder	40
3.5 Teknik Analisis Data	41
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	42
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian	44
4.1.1 Gambaran perusahaan	44
4.1.2 Layanan Perusahaan	44
4.1.3 Struktur Organisasi	45
4.2. Hasil Penelitian	46
4.2.1 Komunikasi Internal	47
4.2.1.1 Komunikasi Internal antara Atasan dan Bawahan	49
4.2.1.2 Komunikasi Internal antar Sesama Karyawan	51
4.2.2 Hambatan Komunikasi Internal	52
4.2.3 Membangun Loyalitas Kerja	54
4.3 Pembahasan	56
BAB V	66
KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
5.2.1 Saran Akademis	67
5.2.2 Saran Praktis	67

DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	72
LAMPIRAN	76
LAMPIRAN	86

