



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

Nama : Riza Dinantara
NIM : 55206120014
Judul : Pengaruh Media Internal Terhadap Peningkatan Citra Perusahaan di PT. Inti Karya Persada Teknik - Jakarta
Halaman : i – xxi, 1 – 131, Tabel 2.1 – 2.2, 3.1. – 3.6., 4.1. – 4.69., Gambar 6 dan 47 halaman lampiran.
Bibliografi : 40 buku (1997 – 2008), 1 skripsi, 2 tesis, dan sumber lainnya

ABSTRAK

Komunikasi dalam penyampaian pesan bisa dilakukan dengan bentuk media cetak, elektronik, atau media lainnya. Dalam penyampaiannya media harus difungsikan sebaik atau seefektif mungkin sehingga diharapkan tidak ada penyimpangan.

Media internal merupakan alat untuk berhubungan antara perusahaan dan karyawannya. Banyak macamnya dalam penyampaian pesan kepada karyawan, tergantung fungsi dan kegunaan mediana. Untuk menciptakan hubungan atau komunikasi dua arah yang baik antara pihak manajemen dengan para karyawan dapat menggunakan media internal.

PT. Inti Karya Persada Teknik adalah perusahaan yang memiliki media yang sangat banyak ragamnya, dengan kebutuhan informasi yang sangat kompleks diharapkan dapat membantu penyampain informasi yang baik dan akurat kepada setiap karyawannya dimanapun mereka berada.

IKPT jarang berhubungan langsung dengan konsumen seperti perusahaan-perusahaan jasa pada umumnya yang menggunakan media promosi sebagai salah satu cara untuk meningkatkan citra. Disamping itu dalam beberapa hal, manajemen IKPT sering mengabaikan media internal untuk menyatukan karyawan yang berada di berbagai daerah, sehingga penulis merasa yakin dengan pengelolaan media dengan baik perusahaan dapat menyatukan karyawan dimanapun dalam mengerjakan pekerjaannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel *media internal terhadap* variabel peningkatan citra perusahaan.

Sifat penelitian ini adalah eksplanasi dengan metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan *path analisis*

Berdasarkan hasil survei menggunakan *path analisis* diperoleh hasil pengaruh variabel X1 penggunaan isi TV internal (X1) terhadap citra perusahaan (Y) sebesar 15,14%, pengaruh penggunaan isi intranet atau (X2) terhadap citra perusahaan (Y)

sebesar 49,69% dan pengaruh penggunaan isi majalah dinding (X3) terhadap citra perusahaan (Y) sebesar - 1,44% .

Pengaruh X1, X2, X3 terhadap Y secara simultan sebesar 63,4% . Dengan demikian pengaruh variabel lain (ϵ) terhadap citra perusahaan (Y) sebesar 36,6% .ditentukan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA