



**IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DI PT. MEDIA TELEVISI
INDONESIA (METRO TV)**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

EVI AMELIA

44213010034

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan di Bawah Ini :

Nama : Evi Amelia
NIM : 44213010034
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DI PT.
MEDIA TELEVISI INDONESIA (METRO TV)**

Menyatakan bahwa skripsi saya adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat. Apabila ternyata ditemukan di dalam skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi akademik terkait dengan hal tersebut.

Jakarta, 2 Juni 2017


(Evi Amelia)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DI PT.
MEDIA TELEVISI INDONESIA (METRO TV)**

Nama : Evi Amelia

NIM : 44213010034

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 2 Juni 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Novi Erlita S.Sos, MA)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DI PT.
MEDIA TELEVISI INDONESIA (METRO TV)**

Nama : Evi Amelia

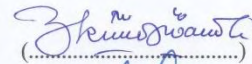
NIM : 44213010034

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 4 Agustus 2017

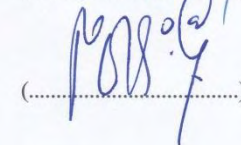
Ketua Sidang,
Yuni Tresnawati, M. Ikom


(.....)

Penguji Ahli,
Morissan, M.Si


(.....)

Pembimbing I
Novi Erlita S.Sos, MA


(.....)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI DI PT. MEDIA TELEVISI INDONESIA (METRO TV)**
Nama : Evi Amelia
NIM : 44213010034
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 4 Agustus 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

(Novi Erlita S.Sos, MA)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Elly Yulawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubari, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponce Budi S. Ph.d)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Evi Amelia
44213010034

Iklm Komunikasi Organisasi Di Media Televisi Indonesia (Metro Tv)

Jumlah Halaman: X + 86 Halaman + 51 lampiran

Bibliografi: 33 Acuan, 2002 - 2016

ABSTRAK

Iklm komunikasi organisasi merupakan salah satu hal yang memegang peranan penting di dalam kehidupan suatu organisasi karena secara tidak langsung iklm komunikasi organisasi dapat mempengaruhi cara hidup orang-orang di dalam sebuah organisasi.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui iklm komunikasi organisasi di PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV) pada divisi *PR & Publicity*, dengan menggunakan landasan teori konsep dimensi iklm komunikasi organisasi yang ada dalam buku Teknis Praktis Riset Komunikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, dengan tipe penelitian deskriptif dan paradigma yang digunakan yaitu post-positivisme. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara mendalam yang dilakukan kepada tiga narasumber.


Hasil penelitian ini membahas mengenai iklm komunikasi organisasi di PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV) pada divisi *PR & Publicity*, seperti daya dukungan, keikutsertaan dalam pengambilan keputusan, kepercayaan, percaya diri dan kredibilitaas, keterbukaan dan keterusterangan dan perhatian atas tujuan prestasi tinggi.

Dari hasil penelitian menunjukkan tiga konsep dimensi iklm komunikasi organisasi berjalan dengan baik yaitu Daya Dukungan, Keikutsertaan dalam Pengambilan Keputusan, Kepercayaan, percaya diri dan kredibilitas dalam iklm komunikasi organisasi di PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV) pada divisi *PR & Publicity*.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya selama peneliti menjalankan kuliah hingga penyelesaian penulisan skripsi yang berjudul “Iklim Komunikasi Organisasi di PT. Media Televisi Indonesia (Metro TV)” sebagai persyaratan pengajuan skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terimakasih antara lain kepada:

- 
1. Novi Erlita, S.Sos., M.A, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta saran bagi peneliti.
 2. Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.
 3. Dr. Elly Yulawati, M.Si, selaku Kepala Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
 4. Kedua orang tua, Ibu Melih dan Bapak Ardali, terima kasih atas doa serta bimbingannya kepada peneliti.
 5. Kakak, Marulloh atas doa dan dukungan morilnya yang tidak henti-hentinya terhadap peneliti.

6. Rekan-rekan Public Relations 2013 yang selalu mendukung dan saling membantu serta memotivasi dalam penyelesaian proposal skripsi ini.
7. Kepada seluruh Dosen dan Staf TU Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya jurusan Public Relations yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas bimbingan, pengajaran dan bantuannya dalam pembuatan surat-surat pada kegiatan proposal skripsi penulis. Ilmu kalian sangat bermanfaat bagi peneliti.

Demikian kata pengantar ini peneliti sampaikan. Tidak lupa harapan peneliti semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti sendiri. Akhir kata, peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan dan dorongan dari semua pihak.

Jakarta, Juli 2017



Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Akademis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	8
2.2 Komunikasi Organisasi	9
2.2.1 Dimensi-Dimensi Komunikasi dalam Kehidupan Organisasi	10
2.2.2 Konsep Kunci Komunikasi Organisasi	13
2.2.3 Saluran dan Media Komunikasi dalam Organisasi	16
2.3 Iklim Komunikasi Organisasi	18
2.3.1 Konsep Dimensi Iklim Komunikasi Organisasi	20
2.3.2 Proses Terbentuknya Iklim Komunikasi Organisasi	23
2.3.3 Karakteristik Iklim Komunikasi Organisasi	25
2.4 <i>Public Relations</i>	29
2.4.1 Peran <i>Public Relations</i>	30
2.4.2 Fungsi <i>Public Relations</i>	32
2.4.3 Tujuan <i>Public Relations</i>	34

2.4.4	Tugas-Tugas <i>Public Relations</i>	36
-------	---	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Paradigma	38
3.2	Tipe Penelitian	39
3.3	Metode Penelitian	40
3.4	Subjek Penelitian	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data	43
3.5.1	Data Primer	44
3.5.2	Data Sekunder	45
3.6	Teknik Analisis Data	45
3.7	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	47
3.8	Lokasi dan Waktu Pelaksanaan	48
3.8.1	Lokasi Penelitian	48
3.8.2	Waktu Penelitian	48

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Gambaran Objek Penelitian	49
4.1.1	Sejarah Perusahaan	49
4.1.2	Visi dan Misi	51
4.1.3	Logo dan Arti Simbol Metro TV	52
4.1.4	Struktur Organisasi Divisi <i>PR & Publicity</i> Metro TV	55
4.1.5	<i>Job Description</i> Divisi <i>PR & Publicity</i>	55
4.2	Hasil Penelitian	58
4.2.1	Daya Dukungan (<i>Supportiveness</i>)	58
4.2.2	Keikutsertaan Dalam Pengambilan Keputusan (<i>Participate Decision Making</i>)	64
4.2.3	Kepercayaan, Percaya Diri dan Kredibilitas (<i>Trust, Confidence and Credibility</i>)	67
4.2.4	Keterbukaan dan Keterusterangan (<i>Openness and Condor</i>)	69
4.2.5	Perhatian atas Tujuan Prestasi Tinggi (<i>High Performance Goal</i>)	72
4.3	Pembahasan	74
4.3.1	Daya Dukungan (<i>Supportiveness</i>)	74
4.3.2	Keterlibatan Dalam Pengambilan Keputusan (<i>Participate Decision Making</i>)	76
4.3.3	Kepercayaan, Percaya Diri dan Kredibilitas (<i>Trust, Confidence, Credibility</i>)	77
4.3.4	Keterbukaan dan Keterusterangan (<i>Openness and Condor</i>)	79
4.3.5	Perhatian atas Tujuan Prestasi Tinggi (<i>High Performance Goal</i>)	80

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	82
5.2	Saran	85

5.2.1 Saran Praktis	85
5.2.2 Saran Akademis	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

