



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

Iklm Komunikasi Organisasi Di Media Televisi Indonesia (Metro Tv)

Jumlah Halaman: vii + 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*.