



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

PERAN KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MEMBANGUN EMPLOYEE ENGAGEMENT

(Studi Kasus PT Panarub Industry Periode Oktober – Desember 2015)



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi

Monica Leonardi
12140110158

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2016

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Jika kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh dan gelar kersajanaan yang telah saya peroleh siap **DICABUT**.

Tangerang, 1 Juli 2016

(Monica Leonardi)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dukungannya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Peran Komunikasi Internal dalam Membangun Employee Engagement (Studi Kasus PT Panarub Industry Periode Oktober – Desember 2015)”. Skripsi ini diajukan guna memenuhi persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Kajian ini diambil penulis untuk dijadikan bahan penelitian karena peneliti ingin melihat bagaimana sebuah perusahaan mampu membangun ikatan dengan karyawan yang berjumlah lebih dari 10.000 jiwa, di mana kebanyakan didominasi oleh buruh pabrik yang memiliki karakteristik unik dibandingkan karyawan pada umumnya. Dengan melakukan studi kasus pada komunikasi internal PT Panarub Industry periode Oktober – Desember 2015, akhirnya dapat dilihat bahwa keberhasilan membangun *employee engagement* bukan hanya berasal dari usaha perusahaan dalam membangun komunikasi yang berkualitas, tetapi juga dari keinginan diri karyawannya sendiri.

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Bertha Sri Eko M., M. Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan juga Dosen Pembimbing yang tidak henti memberikan arahan kepada penulis dalam pembuatan skripsi.

2. Alm. Dr. Joice Carroll Siagian, selaku Dosen Pembimbing yang memberikan semangat dan membimbing pembuatan skripsi.
3. PT Panarub Industry dan seluruh informan yang sudah memberikan waktu dan kesediaannya untuk membantu penyelesaian skripsi.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga: Ibu, Ayah, dan Kakak tercinta, serta Andi Setiawan yang selalu mendukung penulis menyelesaikan skripsi ini.

Semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi para pembaca.

Tangerang, Juli 2016

Penulis

UMN

ABSTRAK

Karyawan merupakan aset penting perusahaan, terutama bagi perusahaan penyedia jasa. Sebagai perusahaan yang bergantung pada kemampuan SDM, membangun *employee engagement* (ikatan) merupakan hal yang harus dilakukan. Karena menurut penelitian, *employee engagement* mampu memberikan efek besar bagi perusahaan seperti loyalitas, peningkatan harga saham, dan peningkatan produktivitas. Jadi dapat dipahami dengan meningkatnya *employee engagement* di dalam perusahaan memberikan berdampak positif bagi perusahaan. Salah satu hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mendukung meningkatnya *employee engagement* melalui komunikasi internal perusahaan yang berkualitas.

Judul skripsi ini adalah “Peran Komunikasi Internal dalam Membangun Employee Engagement (Studi Kasus PT Panarub Industry Periode Oktober – Desember 2015). Tujuannya untuk mengetahui peran komunikasi internal dalam membangun *employee engagement* di PT Panarub Industry periode Oktober-Desember 2015). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi kasus. Instrumen penelitian adalah wawancara dengan tiga informan dan observasi di lapangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi pendekatan TQM dalam aktivitas komunikasi internal memberikan efek positif yang membuat lingkungan kerja terasa lebih nyaman dan mendukung, yang kemudian mampu melahirkan prinsip karyawan bisa ter-engage yakni motivasi dan kompetensi karyawan, adanya kesamaan tujuan antara karyawan dengan perusahaan, timbulnya isianisitif untuk berinovasi, Pendekatan TQM ini menuntut PT Panarub Industry menerapkan enam konsep utama dari pendekatan TQM yakni *service orientation*, *leadership*, *information*, *process improvement and collaboration*, *communication*, dan *continuous improvement* dalam pelaksanaan komunikasi internal di dalam perusahaan. Penerapan konsep ini akan membawa komunikasi internal lebih berkualitas yang ditandai dengan munculnya pengertian yang sama antara karyawan dengan atasan, adanya perubahan sikap dari lawan bicara, dan konten dalam komunikasi internal dapat menarik lawan bicara.

Kata Kunci : Komunikasi Internal, *Employee Engagement*, Pendekatan Manajemen.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Signifikansi Penelitian	7

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu	8
--------------------------------	---

2.2 Kerangka Teori	12
2.2.1 Achievement Theoeoy	12
2.3 Kerangka Konsep.....	16
2.3.1 Pendekatan Manajemen.....	16
2.3.2 Komunikasi Organisasi	28
2.3.3 Komunikasi Internal	53
2.3.4 Employee Relations.....	60
2.3.5 Employee Engagement.....	62
2.4 Kerangka Pemikiran	67
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	68
3.2 Metode Penelitian	70
3.3 Informan Penelitian.....	71
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.5 Keabsahan Data	73
3.6 Teknik Analisis Data	75
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	77
4.2 Hasil Penelitian.....	80

4.2.1 Profil Informan	80
4.2.2 Pendekatan Management	81
4.2.3 Pola Aliran Komunikasi Internal	83
4.2.4 Jaringan Komunikasi Internal	87
4.2.5 Gaya Komunikasi	88
4.2.6 Employee Engagement	89
4.3 Pembahasan.....	92
4.3.1 Pendekatan Manajemen	91
4.3.2 Pola Aliran Komunikasi Internal	100
4.3.2.1 Downward Communication	101
4.3.2.2 Upward Communication	103
4.3.2.3 Horizontal Communiation	106
4.3.3 Jaringan Komunikasi Internal	108
4.3.4. Gaya Komunikasi	110
4.3.5 Employee Engagement	111
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	113
5.2 Saran.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

1. Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....12



DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1 Struktur Lingkaran	43
2. Gambar 2.2 Struktur Roda	43
3. Gambar 2.3 Struktur Y	44
4. Gambar 2.4 Struktur Rantai	45
5. Gambar 2.5 Struktur Bintang	45
6. Gambar 2.6 Employee Engagement Value Chain	66

UMN