DAFTAR ISI

Hal

LEMBAR PENGESAHAN i

SURAT PERNYATAAN ii

LEMBAR PERSEMBAHAN iii

ABSTRAK iv

***ABSTRACT* ..... v**

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR GAMBAR xviii

DAFTAR LAMPIRAN xx

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Penelitian 1

1.2. Identifikasi Masalah 9

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian 10

1.1.1. Maksud Penelitian 10

1.1.2. Tujuan Penelitian 10

1.4 Kegunaan Penelitian 11

1.4.1 Kegunaan Teoritis 11

1.4.2 Kegunaan Praktis 11

Hal

1.5 Kerangka Pemikiran 12

1.5.1 Kerangka Teoritis 12

1.5.2 Kerangka Konseptual 14

1.6 Operasionalisasi Variabel 17

1.7 Hipotesis 18

1.8 Metode Penelitian 19

1.9. Teknik Pengumpulan Data 19

1.9.1 Teknik Pengumpulan Data 19

1.9.2 Teknik Analisa Data 20

1.10. Populasi dan Sampel Penelitian 21

1.10.1. Populasi Penelitian 21

1.10.2. Sampel Penelitian 22

1.11. Lokasi dan Waktu Penelitian 25

1.11.1. Lokasi Penelitian 25

1.11.2 Waktu Penelitian 25

1.14. Sistematika Penelitian 27

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 28

2.1. Tinjauan Tentang Komunikasi 28

2.1.1. Pengertian Tentang IlmuKomunikasi 28

2.1.2. Unsur-Unsur Komunikasi 33

2.1.3. Sifat Komunikasi 33

Hal

2.1.4. TujuanKomunikasi 34

2.1.5. Komunikasi organisasi 36

2.1.5.1 Pengertian Komunikasi Organisasi 36

2.1.5.2 Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi 39

2.2. Tinjauan Media Massa 40

2.3. Tinjauan Tentang Humas 42

2.4 Tinjauan Tentang Efektivitas 46

2.4.1. Efektivitas Komunikasi 47

2.5. Tinjauan Motivasi 51

BAB III OBJEK PENELITIAN 53

3.1. Sejarah PT. Cipta TPI 53

3.1.1. Visi, Misi dan Slogan 54

3.1.2. Logo PT. Cipta TPI 55

3.2. Struktur Organisasi PT. Cipta TPI 56

3.2.1. Profil perusahaan 59

3.3. *Corporate Secretary Job Description* 60

3.3.1. *Corporate Communication Dept.* 60

3.3.2. *Legal dept* 60

3.3.3. *Strategic Alliances Dept* 61

3.4. Karyawan PT. Cipta TPI 61

3.5. *Media Monitoring* 62

Hal

3.6. Sarana dan Prasarana Gedung pusat TPI di kawasan TMII, Jakarta Timur 63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 65

4.1. Uji Validitas 65

4.2. Uji Reabilitas 68

4.3. Analisis Deskriptif Identitas Responden 69

4.4 Analisis Deskriptif Hasil Penelitian 75

4.4.1. Efektivitas Humas PT. Cipta TPI melalui *Media Monitoring* 75

4.4.1.1 Indikator kredibilitas Humas melalui *Media Monitoring* 76

4.4.1.2 Indikator Intesitas *media monitoring* 82

4.4.1.3 Indikator Isi Pesan *media monitoring*..... 88

4.4.2. Motivasi perolehan informasi Karyawan..... 95

4.4.2.1 Indikator Harapan 96

4.4.2.2 Indikator Nilai 101

4.4.2.3 Indikator pertautan 106

4.4.3. Efektivitas humas PT. Cipta TPI melalui media monitoring terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya. 112

4.5. Pembahasan 115

Hal

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 119

5.1. Kesimpulan 119

5.2. Saran 121

DAFTAR PUSTAKA 123

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 1.1. Operasionalisasi Variabel 18

Tabel 1.2. Populasi Penelitian 22

Tabel 1.3. Sampel Penelitian 24

Tabel 1.4. Jadwal Kegiatan Penelitian 25

Tabel 3.1. profil perusahaan 59

Tabel 4.1. *Item-Total Statistics* Efektivitas Humas 66

Tabel 4.2. *Item-Total Statistics* Efektivitas Humas (Valid) 67

Tabel 4.3. *Item-Total Statistics* Motivasi 67

Tabel 4.4. *Item-Total Statistics* Motivasi (Valid)..... 68

Tabel 4.5. Uji Reabilitas 69

Tabel 4.6. Proporsi Jenis Kelamin Responden 70

Tabel 4.7. Proporsi Usia Responden 71

Tabel 4.8. Proporsi Agama Responden 72

Tabel 4.9. Proporsi Pendidikan Responden..... 73

Tabel 4.10. Proporsi Lama Bekerja Sebagai Karyawan 74

Tabel 4.11. Kemampuan Humas melalui *Media Monitoring*..... 76

Tabel 4.12. Humas PT. Cipta TPI memiliki kepercayaan melalui *media monitoring* 78

Tabel 4.13. Korelasi Antara Kredibilitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Informasi Karyawannya 79

Hal

Tabel 4.14. Frekuensi Pemakaian *Media Monitoring* 83

Tabel 4.15. Durasi Pemakaian *Media Monitoring* 84

Tabel 4.16. Korelasi Antara Intensitas *Media Monitoring* Dengan Motivasi Perolehan Informasi Karyawannya 85

Tabel 4.17. Isi Pesan Yang disampaikan Oleh Humas PT. Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Karyawannya Sudah Jelas 89

Tabel 4.18. Isi Pesan Yang disampaikan Oleh Humas PT. Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Karyawannya Sudah Tepat 90

Tabel 4.19. Isi Pesan Yang disampaikan Oleh Humas PT. Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Terhadap Motivasi Perolehan Karyawannya Sudah Aktual 91

Tabel 4.20. Korelasi Antara Isi Pesan *Media Monitoring* dengan Motivasi Perolehan Informasi karyawannya 92

Tabel 4.21. Humas PT. Cipta TPI melalui media monitoring memberikan harapan kemajuan prestasi kerja 96

Tabel 4.22. Humas PT. Cipta TPI melalui media monitoring memberikan harapan pada perbaikan aktualisasi diri 97

Tabel 4.23. Koerlasi Antara Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Harapan Perolehan Informasi Karyawan 98

Hal

Tabel 4.24. Informasi yang disampaikan oleh humas PT. Cipta TPI menggunakan *media monitoring* memiliki nilai penting untuk diketahui 101

Tabel 4.25. informasi yang disampaikan humas PT. Cipta TPI melalui *media monitoring* memiliki keterkaitan dengan pekerjaan/kepentingan saya 102

Tabel 4.26. Korelasi Antara Efaktivitas *Media Monitoring* Terhadap Nilai Dalam Perolehan Informasi Karyawan 103

Tabel 4.27. Informasi Yang diberikan Oleh Humas PT. Cipta TPI Melalui *Media Monitoring* Memiliki Pertatutan Dengan Pengalaman Karyawannya Terhadap Harapan dan Hilai Dari Hasil Yang didapat 107

Tabel 4.28. Efektifitas Humas PT. Cipta TPI Dalam Memotivasi Karyawan Untuk Memperoleh Informasi Menimbulkan Keterkaitan Antara Harapan Dan Nilai Dengan Hasil Yang didapat 108

Tabel 4.29. Korelasi Antara Efektivitas Humas Melalui *Media Monitoring* Terhadap Pertautan Perolehan Informasi Karyawan 109

DAFTAR GAMBAR

		Hal
Gambar 1.1	Kerangka Konseptual	16
Gambar 2.1.	Model Lasswel	32
Gambar 3.1.	Logo TPI	55
Gambar 3.2.	Struktur Organisasi PT. Cipta TPI	57
Gambar 3.3.	Struktur *Corporate Secretary*	58
Gambar 4.1.	Kurva Uji t kredibilitas humas PT Cipta TPI melalui *media monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi bagi karyawannya.....	72
Gambar 4.2.	Kurva Uji t intensitas *media monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya.....	88
Gambar 4.3.	Kurva Uji t intensitas *media monitoring* terhadap motivasi perolehan informasi karyawannya.....	94
Gambar 4.4.	Kurva Uji t efektivitas humas melalui *media monitoring* terhadap harapan dalam memperolehan informasi bagi karyawannya.....	100
Gambar 4.5.	Kurva Uji t efektivitas humas melalui *media monitoring* terhadap nilai perolehan informasi karyawannya.....	106
Gambar 4.5.	Kurva Uji t efektivitas humas melalui *media monitoring* terhadap nilai perolehan informasi karyawannya.....	111

Hal

Gambar 4.6.	Kurva Uji t efektivitas humas melalui *media monitoring* terhadap nilai perolehan informasi karyawannya	114
Gambar L.1	Kegiatan *Media Monitoring*	142
Gambar L.2	Kegiatan *Media Monitoring*	142
Gambar L.3	Menyebarkan angket	143
Gambar L.4	Staff Humas Melakukan Kegiatan Media Monitoring	143
Gambar L.5	Kegiatan *Media Monitoring*	144
Gambar L.6	Kegiatan *Media Monitoring*	144
Gambar L.7	Sumber-Sumber *Media Monitoring*	145
Gambar L.8	Sumber-Sumber *Media Monitoring*	145
Gambar L.9	Media *Softboard*	146
Gambar L.10	Media *Softboard*	146

DAFTAR LAMPIRAN

Hal

Lampiran 1. Surat Persetujuan Pembimbing 126

Lampiran 2. Lembar Revisi Seminar Usulan Penlitian..... 127

Lampiran 3. Surat Persetujuan Pembimbing..... 128

Lampiran 4. Surat Keterangan Penelitian 129

Lampiran 5. Berita Cara Bimbingan 130

Lampiran 6. Data Sumber Wawancara 131

Lampiran 7. Draft Angket Penelitian 132

Lampiran 8. Coding Book 137

Lampiran 9. Coding Sheet 140