

**PEMANFAATAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN ORGANISASI (Studi
Kasus pada PT. Fast Precision Manufacturing Indonesia)**

SKRIPSI



Oleh : Yuniar

131110006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018**

**PEMANFAATAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN ORGANISASI (Studi
Kasus Pada PT. Fast Precision Manufacturing Indonesia)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



Oleh : Yuniar

131110006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS PUTERA BATAM**

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 03 Februari 2018

Yang membuat pernyataan,

Yuniar

131110006

**PEMANFAATAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM
PENGAMBILAN KEPUTUSAN ORGANISASI (Studi
Kasus Pada PT. Fast Precision Manufacturing Indonesia)**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh

Yuniar

131110006

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal

Seperti tertera di bawah ini

Batam, 03 Februari 2018

Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si.

Pembimbing

Abstrak

Perkembangan komunikasi berdampak pada setiap aspek kehidupan manusia, didunia organisasi komunikasi merupakan kunci dalam menghubungkan setiap anggota organisasi. Sumber daya manusia merupakan aset utama suatu organisasi yang menjadi perencana dan pelaku aktif dari setiap aktivitas organisasi. Keberhasilan perusahaan yang tumbuh dan terus berkembang terlihat atau dapat diukur berdasarkan kemampuan dalam mengelola organisasi dengan baik secara internal maupun eksternal. Peranan utama media dalam organisasi adalah untuk mempelajari sifat-sifat dari anggota suatu organisasi dan hubungan antar sesama terhadap struktur organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeteksi media komunikasi yang dimanfaatkan diPT Fast Precision Manufacturing Indonesia dan hubungan antara pemanfaatan media komunikasi dengan pengambilan keputusan organisasi. penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antar jenis media komunikasi dan pemanfaatan media komunikasi terhadap pengambilan keputusan organisasi PT Fast precision manufacturing indonesia.

Kata kunci : Komunikasi Organisasi, Media Komunikasi, Pengambilan

Keputusan Organisasi, Komunikasi Internal

Abstract

The development of communication impacts on every aspect of human life, the world's communications organization is a key in connecting every member of the organization. Human resources is the main asset of an organization that becomes the planner and active agent of every organizational activity. The company's growing and developing success is visible or measurable based on its ability to manage the organization both internally and externally. The main role of the media in the organization is to study the properties of members of an organization and the relationships among others towards the organizational structure. This study aims to detect the communication media utilized in PT Precision Indonesia Fast Precision and the relationship between the use of communication media with organizational decision making. This study uses a quantitative approach. The results of this study indicate that, there is a positive and significant relationship between the types of communication media and utilization of communication media to decision making organization PT Fast precision manufacturing Indonesia.

Keywords : Organization Communication, Media Communication, Decision Making, Internal Communication

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan yang maha esa, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Putera Batam. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Rektor Universitas Putera Batam.
2. Ketua Program Studi Ageng Rara Cindoswari , S.P., M.Si.
3. Ageng Rara Cindoswari , S.P., M.Si. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
5. Keluarga dan Teman-teman
6. Daniel Neubert, sebagai kekasih yang selalu mendukung dari belakang
7. Seluruh karyawan PT Fast Precision Manufacturing Indonesia

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, Februari, 2018

Yuniar

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR RUMUS.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Tinjauan Teoritis	15
2.2 Penelitian Terdahulu	38
2.3 Kerangka Pemikiran.....	48

2.4	Hipotesis Penelitian.....	51
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		53
3.1	Jenis Penelitian.....	53
3.2	Variabel Operasional Penelitian.....	53
3.3	Populasi dan Sampel	58
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.5	Teknik Analisis Data.....	63
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	64
3.7	Waktu Penelitian	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		77
4.1	Hasil Penelitian	77
4.2	Pembahasan.....	107
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		119
5.1	Simpulan	119
5.2	Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA		120
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		123
SURAT KETERANGAN PENELITIAN		
LAMPIRAN.....		124

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1. HIERARKI MEDIA-RICHNESS.....	29
GAMBAR 2.2. KERANGKA PEMIKIRAN.....	50
GAMBAR 4.1. STRUKTUR ORGANISASI PT FPMI.....	77

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1. Persentase Mengakses Internet.....	3
Tabel 1.2 Media Komunikasi yang digunakan DI PT FPMI.....	10
Tabel 2.1 Review Perbedaan Penelitian Sejenis.....	45
Tabel 3.1 Operasional Variabel Jenis Media Komunikasi.....	54
Tabel 3.2 Operaional Variabel Pemanfaatan Media Komunikasi.....	55
Tabel 3.3 Operasional Variabel Pengambilan Keputusan Organisasi.....	56
Tabel 3.4 Uji Validitas Jenis Media Komunikasi.....	64
Tabel 3.5 Uji Validitas Pemanfaatan Media Komunikasi.....	65
Tabel 3.6 Uji Validitas Pengambilan Keputusan Organisasi.....	66
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Jenis Media Komunikasi.....	68
Tabel 3.8 Uji Reliabilitas Pemanfaatan Media Komunikasi.....	69
Tabel 3.9 Uji Reliabilitas Pengambilan Keputusan Organisasi.....	70
Tabel 3.10 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	72
Tabel 3.11 Jadwal Penelitian	74
Tabel 4.1 Jumlah dan Persentase Karyawan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	83
Tabel 4.2 Jumlah dan Persentase Karyawan Berdasarkan Usia.....	85

Tabel 4.3 Jumlah dan Persentase Karyawan Berdasarkan Pendidikan.....	87
Tabel 4.4 Jumlah dan Persentase Karyawan Berdasarkan Lama Kerja.....	89
Tabel 4.5 Jumlah dan Persentase Karyawan Berdasarkan Status Pernikahan.....	91
Tabel 4.6 Skor Variabel Jenis Media Komunikasi.....	93
Tabel 4.7 Skor Variabel Frekuensi Pemanfaatan Media Komunika.....	98
Tabel 4.8 Skor Variabel Durasi Pemanfaatan Media Komunika.....	99
Tabel 4.9 Skor Variabel Pengambilan Keputusan Organisasi.....	103
Tabel 4.10 Hasil Korelasi Variabel Jenis Media Komunikasi dan Pengambilan Keputusan organisasi.....	106
Tabel 4.11 Hasil Korelasi Variabel Pemanfaatan Media Komunikasi dan Pengambilan Keputusan Organisasi.....	110
Tabel 4.12 Hasil Korelasi Variabel Pengambilan Keputusan Organisasi.....	113

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Validitas.....	63
Rumus 3.2 Reliabilitas.....	67
Rumus 3.3 Korelasi Rank Spearman.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
<u>Lampiran 1. Hasil Uji Statistik</u>	124
<u>Lampiran 2. Tabel Hasil Uji Statistik Validitas dan Reliabilitas</u>	126
<u>Lampiran 3. Kuesioner</u>	134
<u>Lampiran 4. Dokumentasi</u>	141

