



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

RINGKASAN

FILZA DANIAN. Strategi Komunikasi Organisasi di PT. Puma Cat Indonesia. *Organizational Communication Strategy at PT. Puma Cat Indonesia.* Dibimbing oleh SUPARMAN.

Organisasi merupakan sekelompok individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Secara terperinci, organisasi merupakan kelompok individu yang memiliki visi dan misi bersama untuk mencapai tujuan organisasi tersebut. Setiap perusahaan pasti memiliki struktur organisasi baik besar maupun kecil. Suatu organisasi tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya komunikasi di dalamnya, Komunikasi di dalam suatu organisasi tersebut dinamakan sebagai komunikasi organisasi.

Tujuan dari pembuatan Laporan Akhir ini adalah untuk mendeskripsikan tugas divisi Puma Cat Indonesia, mengetahui proses komunikasi di dalamnya, dan mengetahui hambatan komunikasi yang ada di dalamnya. Penyusunan laporan akhir ini berdasarkan data pada saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Puma Cat Indonesia yang beralamat di Menara Dea Tower II, Jalan Mega Kuningan Kav. E.4.3 Setiabudi, Jakarta Selatan 12950. Pengumpulan data dalam penyusunan laporan akhir ini berlangsung selama dua bulan, mulai tanggal 17 Juni 2019 sampai 9 Agustus 2019 dengan waktu kerja lima hari yaitu pada hari Senin sampai Jumat mulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi, partisipasi langsung, wawancara, dan studi pustaka.

Puma Cat Indonesia mempunyai divisi yang terhubung langsung dengan divisi lain yang berlokasi diluar Indonesia yang memantau proses penjualan *brand* Puma baik di luar maupun dalam Indonesia. Proses pemantauan ini memerlukan komunikasi yang efektif dan memiliki hambatan teknis dan non teknis. Strategi komunikasi organisasi yang diterapkan di PT. Puma Cat Indonesia terbagi atas dua, yaitu strategi internal dan eksternal. Strategi internal yang dilakukan di dalam PT. Puma Cat Indonesia sendiri yaitu pendekatan yang dilakukan oleh pimpinan terhadap karyawannya, sedangkan strategi eksternal merupakan strategi dari Divisi di dalam PT. Puma Cat Indonesia untuk melayani pelanggan.

Hambatan teknis yang terjadi di PT. Puma Cat Indonesia dalam ketidaktersediaan kendaraan operasional dapat diatasi dengan meminta *voucher* untuk menaiki kendaraan umum kepada *HRD*. Hambatan non-teknis dalam keterbatasan bahasa dapat diatasi dengan cara dibantu oleh atasan atau menggunakan bahasa non verbal untuk membantu keberlangsungan komunikasi.

Kata Kunci: Komunikasi, Organisasi, Strategi.