ABSTRAKSI

Nurul Maagrufah, B06211026, 2015. Konsep REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*) Dalam Membangun Komunikasi Antar Pribadi di Metro TV Jatim. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Komunikasi Antar Pribadi, Metro TV Jatim, Konsep REACH.

Pada penelitian ini peneliti akan mengkaji sebuah fenomena yang terjadi pada sebuah perusahaan media televisi terkemuka di Indonesia yang berada di Surabaya yaitu Metro TV Jawa Timur. Peneliti mengkaji lebih dalam mengenai Konsep REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*) Dalam Membangun Komunikasi Antar Pribadi di Metro TV Jatim.

Untuk dapat mengungkapkan fenomena tersebut secara menyeluruh dan mendalam, penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Apabila disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan, maka teknik pengumpulan data didapatkan melalui proses wawancara, pengamatan secara langsung, foto, dan dokumen resmi lainya, yang diperoleh dari kantor Metro TV Jatim. Dan setelah semua data terkumpul, kemudian data akan dianalisis menggunakan analisis data induktif.

Dari hasil penelitian ini diperoleh beberapa hal, yakni: (1) Karyawan menerapkan konsep *Respect* yang ditunjukkan dengan mengikuti acara yang diselenggarakan oleh karyawan contohnya mengikuti kejutan ulang tahun atau memberikan sumbangan kematian untuk keluarga karyawan. (2) Konsep *Empathy* ditunjukkan dengan lebih sering mengajak karyawan lain mengobrol ringan agar dapat lebih mengenal karakter. (3) Konsep *Audible* ditunjukkan dengan menempatkan diri sebagai pendengar dan pembicara yang baik dan memberikan respon yang baik pesan yang sampai. (4) *Clarity* yang merupakan konsep keempat ditunjukkan karyawan dengan meluruskan segala bentuk kesalahfahaman pesan komunikasi. (5) Dan konsep *Humble* ditunjukkan dengan tidak membatasi diri dan bersedia menerima segala bentuk pesan dari siapapun dalam berkomunikasi.

Melihat dari hasil penelitian ini, peneliti memberikan beberapa rekomendasi. Untuk membangun hubungan komunikasi yang baik, menerapkan konsep REACH (*Respect, Empathy, Audible, Clarity, Humble*) adalah pilihan yang tepat. Penerapan konsep REACH ini juga dapat menekan gangguan dalam komunikasi. Sebuah perusahaan harus dapat membangun arus komunikasi antar pribadi yang baik diantara para karyawan yang ada di dalamnya. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti perusahaan dengan jumlah karyawan yang lebih besar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id