

## **POLA KOMUNIKASI DIVISI MARKETING COMMUNICATION PRFM**

### **Abstrak**

Penelitian ini membahas sebuah pola komunikasi yang terjadi di divisi marcomm pada kantor radio PRFM yang di teliti dengan metode wawancara dan observasi. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivis dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk melihat bagaimana komunikasi yang terjalin antara seluruh staff dan rekan – rekan pada divis marcomm PRFM. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi, mengamati secara langsung kegiatan – kegiatan di kantor. Melakukan wawancara dengan pertanyaan – pertanyaan secara mendalam dan semi terstruktur, memanfaatkan sebuah studi pustaka yang cocok. Divisi marcomm PRFM ini memiliki staff inti tiga orang. Dengan minimnya jumlah anggota, manajer divisi marcomm melakukan sebuah cara agar setiap kegiatan dan pekerjaannya tercapai dengan baik dengan bekerjasama dengan Job Trainee. Terjalin sebuah kedekatan dan kekeluargaan yang dirasakan oleh setiap rekan dan staff divisi tersebut.

**Kata Kunci:** Komunikasi, Pola Komunikasi, Komunikasi Organisasi