ABSTRAK

Komunikasi organisasi menjadi cara untuk menyampaikan pesan khususnya pesan budaya organisasi itu sendiri didalam lingkup organisasi AIESEC Local committee Bandung. Pada penelitian ini menggunakan tiga sub variabel arus komunikasi organisasi yaitu komunikasi keatas, komunikasi kebawah, dan komunikasi horizontal untuk melihat bagaimana pengaruh arus komunikasi organisasi terhadap nilai-nilai inti budaya organisasi AIESEC values. Khalayak pada penelitian ini yaitu member committee AIESEC local committee Bandung. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini yaitu dengan pendekatan kuantitatif, karena penelitian ini berdasarkan pada filsafat positivisme dan data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2014:7). Selanjutnya paradigma dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivisme. Sesuai dengan penelitian ini yang mempunyai dua rumusan masalah deskriptif dan satu rumusan masalah asosiatif (Sugiyono, 2014:42), sehingga paradigma ini digunakan dalam penelitian kali ini. Hasil penelitian ini mendapatkan haisl bahwa Terdapat pengaruh antara komunikasi organisasi terhadap budaya organisasi aiesec values, berdasarkan hasil uji parsial (t test) dengan hasil 10,174. Hasil ini lebih besar dari ketentuan nilai ttabel yang telah ditentukan dalam penelitian, yaitu 3,645. Maka dari itu dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti arus komunikasi organisasi berpengaruh terhadap nilai-nilai inti budaya organisasi AIESEC values. Selanjutnya pada hasil uji regresi linier sederhana didaptkan hasil nilai regresi yang positif, yang mana ini berarti pengaruh yang dihasilkan ialah pengaruh yang positif. Terakhir dari hasil uji koefisien determinasi mendapatkan hasil bahwa pengaruh arus komunikasi organisasi terhadap nilai-nilai inti budaya organisasi aiesec values sebesar 51.6%

Kata Kunci : Arus Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, Budaya Organisasi Nilai-Nilai Inti Budaya Organisasi AIESEC Values, AIESEC.