



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**EVALUASI TAHAP I PROGRAM *INTERNAL
RELATIONS* DALAM KAMPANYE *6 VALUES*
SINAR MAS**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Charles Wijaya

12140110115

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

EVALUASI TAHAP I PROGRAM *INTERNAL RELATIONS* DALAM KAMPANYE 6 *VALUES* SINAR MAS

Oleh

Charles Wijaya

Telah diujikan pada hari Kamis, tanggal 4 Juli 2016, pukul
12.00 s.d. 13.30 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji Ahli

Wildan Hakim, M.Si

C. Eko Hadi Saputro, S.E., MM

Dosen Pembimbing

Dian Anggraeni, S.S., M.Si

Disahkan oleh

Ketua Program STudi Ilmu Komunikasi – UMN

Dr. Bertha Sri Eko, M., M.Si.

Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat Dalam Penyusunan Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata Skripsi yang telah saya tempuh dan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh siap **DICABUT**.

Tangerang, 25 Agustus 2016

Charles Wijaya

UMMN

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada Tuhan Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaannya-Nya, sehingga skripsi dengan judul “EVALUASI TAHAP I PROGRAM *INTERNAL RELATIONS* DALAM KAMPANYE 6 *VALUES* SINAR MAS” ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Dengan berakhirnya proses penulisan skripsi ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan kesempatan penulis menempuh pendidikan. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Dian Anggraeni, S.S., M.Si. sebagai dosen pembimbing yang mengarahkan dan memberikan masukan kepada penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.
3. Bapak Yudha Profitian, Ibu Stephanie Halim, dan Ibu Reni Susetyoningsih yang sudah menyempatkan waktunya untuk dijadikan narasumber.
4. Ibunda tercinta penulis yang selalu mendoakan dan memberi masukan dalam menjalani kehidupan.
5. Kelly Diana, Eva Okilia, dan Kania Rebecca yang sudah memberikan waktu untuk menemani penulis dalam melakukan wawancara.
6. Bapak Calvin Eko Hadi Saputro., S.E., MM yang memberikan masukan dan sudut pandang lain kepada penulis
7. Teman-teman, Desmonda Chika, Lusiana Kartika, Sylvia Elisabeth dan teman fakultas ilmu komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang memberikan semangat dan sudut pandang lain dalam pembuatan skripsi.

Semoga skripsi ini bermanfaat untuk banyak orang, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	ix
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	5
1.3 TUJUAN PENELITIAN	5
1.4 SIGNIFIKASI AKADEMIS DAN PRAKTIS	5
BAB II KERANGKA TEORI	
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	7
2.2 KERANGKA KONSEP	12
2.2.1 <i>CORPORATE COMMUNICATION</i>	12
2.2.2 KOMUNIKASI INTERNAL	14
2.2.2.1 SIFAT ALIRAN INFORMASI ...	14
2.2.2.2 ARAH ALIRAN INFORMASI ...	16
2.2.2.3 IKLIM ORGANISASI	18

2.2.2.4 BUDAYA ORGANISASI	19
2.2.2.5 MOTIVASI	22
2.2.3 PERENCANAAN KAMPANYE PR	24
2.2.4 EVALUASI PROGRAM KOMUNIKASI ...	27
BAB III METODOLOGI	
3.1 JENIS DAN SIFAT PENELITIAN	31
3.2 METODE PENELITIAN	33
3.3 <i>INFORMAN</i> DAN <i>KEY INFORMAN</i>	35
3.4 TEKNIK PENGUMPULAN DATA	36
3.5 TEKNIK KEABSAHAN DATA	37
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA	39
3.7 FOKUS PENELITIAN	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 OBJEK PENELITIAN	41
4.1.1 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN ...	41
4.1.2 LOGO PERUSAHAAN	42
4.1.3 KONTAK PERUSAHAAN	43
4.1.4 NILAI-NILAI PERUSAHAAN	43
4.1.5 STRUKTUR ORGANISASI	46
4.1.6 UNIT BISNIS	47
4.2 HASIL PENELITIAN	53
4.3 PEMBAHASAN	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN	76
5.2 SARAN	77
5.2.1 SARAN AKADEMIS	77
5.2.2 SARAN PRAKTIS	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KONTAK PENULIS	

UMMN

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 *Source of Performance Improvement*
- Gambar 2.1 *Stakeholder Model of Strategic Management*
- Gambar 2.2 Penyebaran Pesan Serentak
- Gambar 2.3 Penyebaran Pesan Berurutan
- Gambar 2.4 Empat Arah Komunikasi Organisasi
- Gambar 2.5 Bagian-bagian yang berinteraksi dalam komunikasi organisasi
- Gambar 2.6 Hierarki kebutuhan Maslow
- Gambar 2.7 *The Strategic Management Process*
- Gambar 2.8 Anne Gregory *12 Steps Planning*
- Gambar 2.9 Perbandingan Model-model Evaluasi
- Gambar 2.10 Yardstick Model
- Gambar 4.1 Sejarah Sinar Mas
- Gambar 4.2 Logo Sinar Mas
- Gambar 4.3 Pendiri Sinar Mas, Bapak Eka Tjipta Widjaja
- Gambar 4.4 Strukur Organisasi Sinar Mas
- Gambar 4.5 Pilar-pilar Bisnis Sinar Mas
- Gambar 4.6 Poster kampanye *6 values* di pintu lift
- Gambar 4.7 Poster *Integrity*
- Gambar 4.8 Poster *Positive Attitude*
- Gambar 4.9 Poster *Commitment*
- Gambar 4.10 Poster *Continuous Improvement*

Gambar 4.11 Poster *Innovative*

Gambar 4.12 Poster *Loyal*

Gambar 4.13 TV internal di lift

Gambar 4.14 Kalender, *Goody Bag*, dan majalah SMILE

Gambar 4.15 Poster lomba foto di majalah SMILE

Gambar 4.16 Pengumuman pemenang lomba di website



UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu

Tabel 4.1 Kontak perusahaan

Tabel 4.2 *Media Placements Non-Event*

Tabel 4.3 *Media Placements Event*

Tabel 4.4 *Media Circulation*

Tabel 4.5 *Media Reach*

Tabel 4.6 *Media Impression*

UMMN

ABSTRAK

Judul : Evaluasi Tahap 1 Program *Internal Relations* Dalam Kampanye 6 *Values* Sinar Mas

Nama : Charles Wijaya

NIM : 12140110115

Kekuatan publik internal merupakan salah satu faktor bertahannya sebuah perusahaan dari masa ke masa. Nilai-nilai perusahaan yang menjadi identitas perusahaan wajib dipahami oleh semua publik internalnya. Oleh karena itu, divisi *corporate communications* dan divisi *internal communications* berusaha membuat publik internal Sinar Mas paham akan nilai-nilai perusahaan. Salah satu cara kreatif yang dilakukan adalah dengan membuat sebuah kampanye internal 6 *values* Sinar Mas. Program kampanye ini sudah berjalan sejak tahun 2013 tetapi belum melakukan tahap evaluasi sehingga tidak diketahui keberhasilannya.

Penelitian ini berusaha mengevaluasi tahap 1 program kampanye *internal relations* dalam kampanye 6 *values* Sinar Mas melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan 12 tahap model perencanaan program komunikasi dari Anne Gregory. Berdasarkan hasil penelitian, akan dijabarkan evaluasi tahap 1 terhadap program *internal relations* dalam kampanye 6 *vales* Sinar Mas dengan menggunakan model evaluasi Yardstick dari Walter Lindenmann. Target kampanye 6 *values* Sinar Mas adalah seluruh publik internal perusahaan, tetapi dari hasil penelitian, masih ada beberapa publik internal yang tidak terjangkau media dan memiliki nilai impresi media yang kecil.

Kata kunci : *Corporate Communication, Internal Relations, Campaign, Evaluation*