



### **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 PROGRAM “CULTURE ACTIVATION 2015:  
KIPAS BUDAYA” PT. TELKOM DALAM INTERNALISASI  
BUDAYA PERUSAHAAN DI WITEL BANTEN TIMUR

SKRIPSI



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I.kom)

Revaldy Rasyip

11140110299

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

2016

## **PERNYATAAN**

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 di cantumkan 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 kuliah Skripsi yang telah saya tempuh.



Tangerang, 25 Juli 2016

(Revaldy Rasyip)

# EVALUASI PROGRAM “CULTURE ACTIVATION 2015: KIPAS BUDAYA” PT. TELKOM DALAM INTERNALISASI BUDAYA PERUSAHAAN DI WITEL BANTEN TIMUR

## ABSTRAK

Revaldy Rasyip  
11140110299

Sebagai perusahaan besar di sektor telekomunikasi, penerapan budaya perusahaan menjadi hal yang penting bagi PT. Telkom. Tbk. . Menurut Telkom apabila perusahaan mempunyai budaya yang kuat atau tidak akan mempengaruhi sikap kerja karyawan, tidak hanya itu, mereka juga percaya bahwa budaya mempunyai peran yang besar dalam eksistensi suatu perusahaan. Sebagai perusahaan besar dengan reputasi global, Telkom memiliki landasan budaya perusahaan *The Telkom Way*. Namun karyawan Telkom terutama di WITEL Banten Timur masih banyak karyawan dari level operator sampai level manager yang belum *familiar* dengan *The Telkom Way*. Telkom khawatir apabila diabaikan akan memengaruhi eksistensi perusahaannya. “Culture Activation 2015: Kipas Budaya” adalah salah satu program internalisasi budaya Telkom yang mempunyai tujuan utama yaitu meningkatkan efektifitas dan sikap kerja karyawan menjadi lebih baik dengan menanamkan budaya perusahaan/internalisasi budaya.

Konsep utama yang digunakan dalam penelitian ini ialah budaya organisasi, dan menganalisis budaya perusahaan dengan *Three Level Culture*, model analisis budaya milik Schein, serta model evaluasi Public Relations, yaitu model PII (*Preparation, Implementation, Impact*) oleh Cutlip, Center, dan Broom. Jenis penelitian ini kualitatif dengan sifat evaluatif. Penelitian ini berfokus untuk mengevaluasi program “Culture Activation 2015: KIPAS Budaya” dalam internalisasi budaya perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan dalam perencanaan program sudah dipersiapkan dengan cukup baik dan matang, dimulai dari tahap riset yang menjadi dasar dirancangnya program ini. Hasil riset tersebut membantu Telkom dalam menentukan tujuan program yaitu memahami budaya perusahaan dan mengubah sikap kerja karyawan menjadi lebih baik. WITEL Banten Timur telah mengemas pesan inti dari program ini menjadi lebih mudah dipahami yaitu “menginduksi cara kerja baru dengan atmosfir *The Telkom Way*”. Dalam implementasinya peneliti menilai bahwa cara implementasi WITEL Banten Timur sudah baik dan kreatif, perubahan suasana kerja di kantor tersebut menjadi salah satu bukti bahwa implementasi yang dilakukan tepatP ada tahap dampak, peneliti membuktikan bahwa program ini berhasil membuat karyawan WITEL Banten Timur paham dengan budaya perusahaan, sehingga menjawab tujuan dari program ini yaitu memahami budaya. Akan tetapi program ini belum berhasil dalam menjawab tujuan yang lain yaitu mengubah sikap kerja karyawan menjadi lebih baik. Hal ini terbukti dari data yang peneliti dapatkan di lapangan bahwa jumlah karyawan yang belum berubah sikap kerjanya masih dibawah jumlah yang diharapkan.

Kata kunci: Budaya Organisasi, Internalisasi, Model PII

# EVALUATION OF PROGRAM "CULTURE ACTIVATION 2015: KIPAS BUDAYA" PT. TELKOM ON CULTURE INTERNALIZATION AT WITEL BANTEN TIMUR

## ABSTRACT

Revaldy Rasyip  
11140110299

As large companies in the telecommunications sector, the implementation of corporate culture have become important factors for PT. Telkom. Tbk. , According to Telkom, if the company has a strong culture, it will affect the attitude of the employee, not only that, they also believe that the culture has a major role in the existence of a company. As a large company with a global reputation, Telkom has a foundation of corporate culture therefore The Telkom Way. But Telkom employees especially in WITEL Banten Timur, still have a lot of employees from operator level to level managers who are not familiar with The Telkom Way. Telkom worry if this matter neglected will affect the company's existence. "Culture Activation 2015: KIPAS Budaya" is one of the cultural internalization Telkom program that has the primary goal of improving the effectiveness and attitudes of employees become better at instilling corporate culture / internalisation of the culture.

The main concept in this research is the organizational culture, and analyzing the corporate culture with Three Level Culture, models of cultural analysis by Schein, as well as an Public Relations evaluation model, the PII Model (Preparation, Implementation, Impact) by Cutlip, Center, and Broom. This research type is qualitative with evaluative nature. This study focused on evaluating the program "Culture Activation 2015: KIPAS Budaya" on the internalization of the corporate culture.

The results showed, that program planning has been prepared well enough and mature, starting from the stage of basic research into this program. The research results assist Telkom in determining program objectives, namely the reintroduction of the corporate culture and employee attitudes change for the better. WITEL Banten Timur has make the key message of this program more easier to understand which is "induces a new way of working with the atmosphere of The Telkom Way". In the implementation, researchers considered that the way of implementation, WITEL Banten Timur has been good and creative, changes the working atmosphere in the office has become one of the proofs that the implementation is done corectly, researchers proved that the program succeeded in making employees WITEL Banten Timur familiar with the corporate culture, so answer the purpose of this program is reintroduction of corporate culture. However, this program has not been successful in answering another purpose, to change the attitude of employees to be better. It is evident from the data that researchers get on the ground that the number of employees has not changed the attitude is still below the expected amount.

**Keywords:** Organizational Culture, Internalization, PII Model

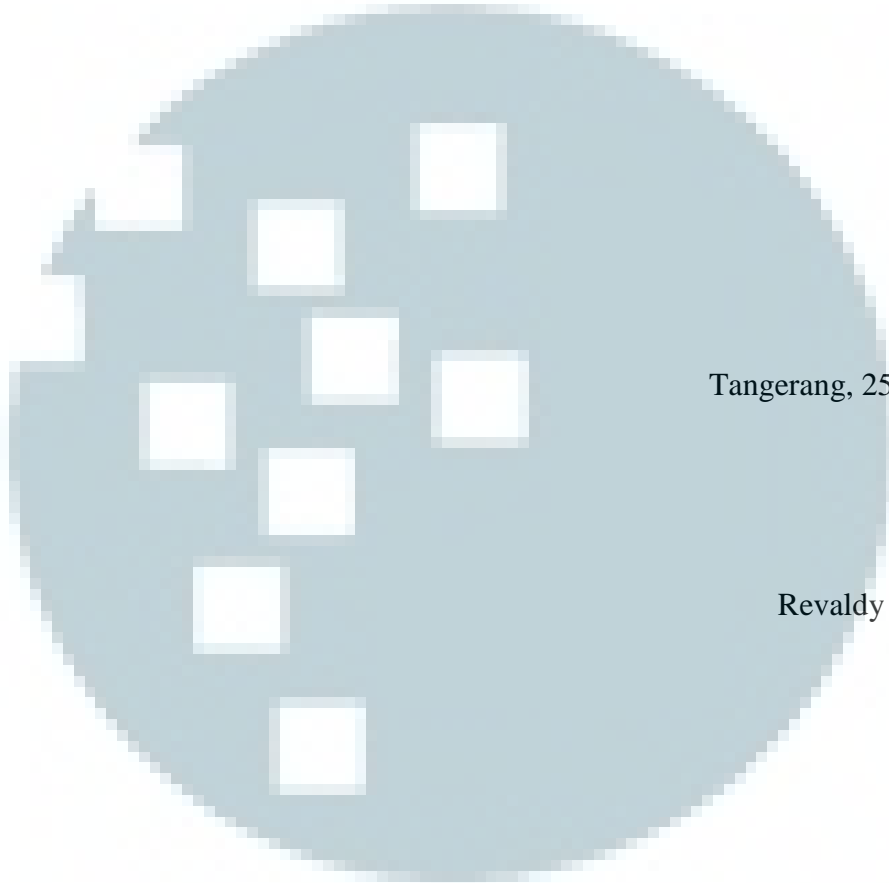
## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul EVALUASI PROGRAM “CULTURE ACTIVATION 2015: KIPAS BUDAYA” PT. TELKOM DALAM INTERNALISASI BUDAYA PERUSAHAAN DI WITEL BANTEN TIMUR. Penyelesaian skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademik dalam Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Terselesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Oleh karena itu, izinkanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Wildan Hakim., M.Si. selaku dosen pembimbing, yang selalu membimbing dan mendukung penulis dari awal sampai selesainya pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Yudhi Setiawan selaku penguji dan Bapak Kresna selaku ketua sidang, yang sudah menguji penulis dengan kritis serta memberi masukan yang bermanfaat bagi penulis.
3. PT.Telkom Indonesia, WITEL Banten Timur yang telah memberi ijin dan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan penelitian.
4. Bapak M.A. Makmur dan Mbak Ayu tri selaku narasumber, yang memberikan informasi terkait penelitian, Bapak Firman selaku HRD yang membantu penulis dalam perijinan penelitian.
5. Khansa Olivia Aldisa dan Renny Desiana selaku keluarga yang selalu mendukung penulis dalam melaksanakan kerja magang
6. Debora, Johanes, Sherlynia, dan Wahyu yang selalu menghadirkan keceriaan, mendukung dan selalu menyemangati penulis selama ini.
7. Sahabat-sahabat penulis yang tak bosan-bosannya terus memotivasi, menemani dan memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.

Kiranya skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat bagi para pembaca yang khususnya adalah mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk terus berusaha memberikan karya-karya terbaiknya di berbagai bidang, khususnya Public Relations.



Tangerang, 25 Juli 2016

Revaldy Rasyip

UMN

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b>	
<b>ABSTRAK</b>	
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	iii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan dan Signifikansi Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	7
2.1 Tinjauan Pustaka .....	7
2.2 Kerangka Pemikiran .....	11
2.2.1 Komunikasi Organisasi .....	14
2.2.2 Budaya Organisasi.....	12
2.2.3 Model Evaluasi Public Relations.....	18
2.2.4 PII Model.....	19
2.3 Alur Berpikir .....	20
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	22
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	22
3.2 Paradigma Penelitian.....	23
3.3 Metode Penelititan.....	25
3.4 Key Informan .....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	30
3.6 Teknik Analisis Data .....	32
3.7 Keabsahan Data.....	33



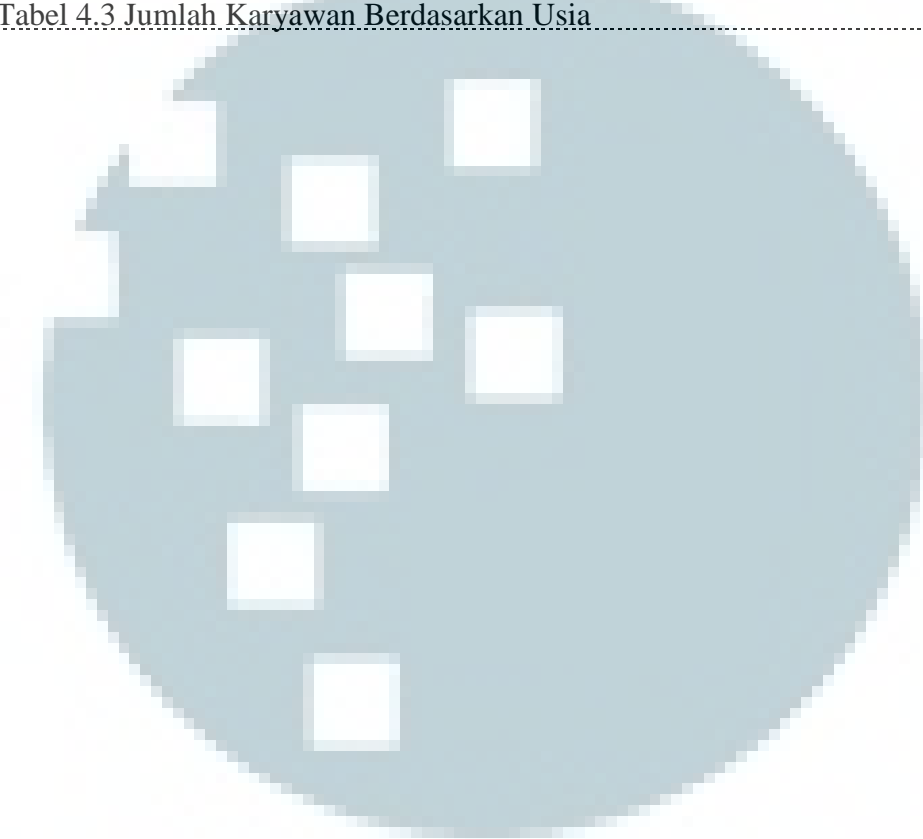
3.8 Fokus Penelitian.....	34
3.9 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	35
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Deskripsi Perusahaan .....	36
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	38
4.1.2 Logo Perusahaan .....	40
4.1.3 Produk Perusahaan .....	42
4.1.4 Struktur Organisasi.....	42
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Budaya Telkom .....	43
4.2.2 Program "Culture Activation 2015: KIPAS Budaya" .....	48
4.2.3 Analisis Budaya Perusahaan.....	55
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	61
4.3.1 Tahap Persiapan ( <i>preparation</i> ).....	61
4.3.2 Tahap Implementasi ( <i>implementation</i> ).....	67
4.3.3 Tahap Dampak ( <i>impact</i> ) .....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan Penelitian .....	81
5.2 Saran.....	82
5.2.1 Saran Praktis .....	82
5.2.2 Saran Akademik.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Komunikasi oleh Schermerhorn.....	12
Gambar 2.2 PII Model.....	17
Gambar 4.1 Wilayah Operasional Witel Banten Timur.....	38
Gambar 4.2 Logo Telkom Indonesia.....	41
Gambar 4.3 Product and Service Segment.....	43
Gambar 4.4 Struktur Organisasi.....	44
Gambar 4.5 The Telkom Way.....	46
Gambar 4.6 Culture Activation 2015: Kipas Budaya.....	49
Gambar 4.7 Agenda Program.....	55
Gambar 4.8 Busana Karyawan.....	57
Gambar 4.9 Poster Quote.....	59
Gambar 4.10 To do list.....	60
Gambar 4.11 Segmentasi pendidikan karyawan organik.....	69
Gambar 4.12 Para manajer berkumpul untuk di coaching oleh Role Model.....	71
Gambar 4.13 Bheri Priyo memberikan penjelasan mengenai program.....	72
Gambar 4.14 Poster Inspiring Legend.....	73
Gambar 4.15 M. Warif Maulidy dalam aktivitas Inspiring Legend.....	74
Gambar 4.16 Poster Mengenai Learn and Share WITEL Banten Timur.....	75
Gambar 4.17 Poster Culture Festival.....	76
Gambar 4.18 Suasana Kantor Setelah Dekor.....	76
Gambar 4.19 Diagram mengenai paham akan budaya perusahaan.....	79
Gambar 4.20 Diagram mengenai perubahan sikap kerja.....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Key Informan & Informasn Organik .....	27
Tabel 3.2 Waktu dan Aktitas Penelitian.....	36
Tabel 4.1 Gambaran Umum Perusahaan PT.Telkom Indonesia.....	12
Tabel 4.2 Tabel Implementasi Program WITEL Banten Timur.....	68
Tabel 4.3 Jumlah Karyawan Berdasarkan Usia.....	69



UMN