



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dari tahun ke tahun jumlah perusahaan semakin bertambah. Dulu, perusahaan hanya berpikir mencari untung. Namun saat ini upaya mencari keuntungan ini harus dibarengi dengan implementasi budaya kerja di kalangan karyawan. Budaya kerja yang positif diasumsikan akan meningkatkan produktivitas.

Sudah banyak perusahaan yang menyadari bahwa aspek yang menentukan pendapatan *profit salah* satunya adalah budaya. Budaya yang dibentuk dan diproyeksikan oleh perusahaan, sehingga perusahaan tersebut memiliki ciri khas dalam menjalankan bisnisnya.

Semisal budaya mengerjakan tugas tepat waktu atau lebih cepat, dan karyawan yang mengikuti budaya tersebut serta diimplementasikan dalam aktivitas kerjanya, maka karyawan tersebut akan merasa bangga dan menjadi karyawan yang patut di segani oleh karyawan lain. Untuk membuat karyawan mengikuti budaya dari perusahaan, dan memahami nilai-nilai budaya tersebut, maka diperlukan strategi dan taktik komunikasi yang baik.

PT.Tekom Indonesia ialah perusahaan yang bergerak di bidang komunikasi, dimana perusahaan ini menjadi *provider* jaringan komunikasi di Indonesia seperti telepon, Televisi Kabel, Internet, dan jaringan *mobile*

phone. Telkom menyadari bahwa semakin berkembangnya perusahaan, maka kinerja karyawannya harus lebih efektif. Untuk membuat kinerja efektif, dibutuhkan budaya yang dapat membangun efektifitas kerja.

Seiring berkembangnya bisnis perusahaan dan tumbuh melintasi jaman yang beragam, membutuhkan adaptasi dalam menapakinya. Budaya perusahaan Telkom sendiri mengalami perubahan, mulai dari kebijakan K 3-2-1, Budaya Arti, *Committed 2 U*, *The Telkom Way 1-3-5*, hingga saat ini *The Telkom Way 3S*. Telkom percaya bahwa budaya perusahaan yang kokoh menjadi tulang punggung eksistensi perusahaan. Sebagai perusahaan besar dengan reputasi global Telkom mengalami penurunan kualitas kerja sehingga produk utamanya mengalami penurunan *sales* dan tersaingi oleh perusahaan telekomunikasi lainnya, hal ini membuat Telkom melakukan *downsizing* karyawan, di perusahaan ini memang jumlah karyawan yang berusia lanjut sangat banyak, dan mulai kesulitan bagi karyawan tersebut untuk menyesuaikan diri bekerja di era digital, sehingga dilakukannya *downsizing*. Namun *downsizing* saja tidak cukup untuk menaikkan kualitas kerja karyawan, Telkom telah melakukan survey dan dari hasil survey tersebut, ternyata masih banyak karyawan tidak bekerja mencerminkan *The Telkom Way*, yaitu budaya perusahaan Telkom, Telkom memiliki landasan budaya perusahaan *The Telkom Way* yang harus terus diperkuat internalisasi dan aktivasinya.

Oleh karena itu awal 2015, Telkom memulai program internalisasi dan aktivasi budaya organisasi yang sudah dirancang,

program tersebut bernama “ Culture Activation 2015: KIPAS Budaya” guna memahamkan kembali budaya perusahaan dan mengubah sikap kerja karyawan. Program ini akan dilakukan mulai bulan Februari 2015 dan sepanjang tahun 2015, diharapkan karyawan Telkom dapat mengimplementasikan serta menyerap budaya *The Telkom Way* sehingga dapat mengubah perilaku kerja yang lebih efektif dan efisien.

Budaya organisasi merupakan sistem yang dianut oleh anggota yang membedakan sebuah organisasi dengan organisasi lainnya (Robbins dan Judge, 2015, h. 497)

Peneliti memilih program ini dikarenakan, Telkom mempunyai banyak kantor cabang di Indonesia, dan uniknya setiap kantor cabang mempunyai caranya tersendiri dalam melakukan komunikasi dan edukasi terhadap karyawan, tanpa keluar dari SOP serta ketentuan-ketentuan yang sudah dirancang oleh Telkom pusat. Keunikan dalam melakukan komunikasi dan edukasi kepada karyawan menjadi tanggung jawab seorang *Public Relations Officer*.

Public Relations adalah manajemen dari semua komunikasi dalam organisasi dan antara organisasi dengan audiens luar, tujuannya adalah untuk menciptakan pemahaman yang lebih baik antara organisasi dengan audiensnya (Sandra Oliver, 2007, h. .4).

Salah satu tugas dalam PR ialah mengelola komunikasi organisasi, dimana seorang PR harus bisa mengontrol alur peredaran informasi mengenai perusahaan kepada para karyawan.

Sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi (Pace dan Faules, 2005, h. 33) .

Begitupula dengan mengkomunikasikan budaya perusahaan. Seorang PR dituntut untuk menyusun strategi dan taktik komunikasi seperti apa yang efektif serta penggunaan *tools* komunikasi yang tepat. Agar proses pengkomunikasian dan edukasi mengenai budaya perusahaan terhadap karyawan dapat berjalan secara efisien dan karyawan memahami akan nilai-nilai budaya perusahaan tersebut.

Peneliti melakukan riset dalam bentuk evaluasi di salah satu kantor cabang Telkom yaitu WITEL Banten Timur, kantor cabang Telkom yang berlokasi di BSD Tangerang Selatan yang menjadi salah satu kantor WITEL yang dinilai baik oleh perusahaan pusat dalam melaksanakan program ini. Peneliti ingin mengetahui apakah dalam waktu setahun cukup untuk memperkokoh budaya Telkom ini dari sisi komunikasi organisasi dan organisasi budaya. Hal-hal yang perlu di evaluasi ialah persiapan dari program “Kipas Budaya”, implemementasi program, dan *impact* yang ingin dicapai oleh perusahaan dari program ini.

Alasan peneliti memilih evaluasi sebagai topik penelitian, karena evaluasi merupakan pekerjaan penting bagi seorang PR. Ketika perusahaan telah selesai melaksanakan suatu program, perlu dilakukan evaluasi untuk mengetahui apakah program yang dijalankan efektif atau

tidak, selain itu hasil evaluasi bisa dijadikan *benchmark* bagi perusahaan ketika ingin mencanangkan program-program baru lainnya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat ditarik permasalahan sebagai berikut:

- 1.2.1. Bagaimana efektifitas dari program “Culture Activation 2015: KIPAS Budaya” dalam internalisasi budaya perusahaan?

1.3. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

- 1.3.1.1. Untuk mengetahui keberhasilan dari program ini dalam internalisasi budaya dan mengubah sikap kerja karyawan selaras dengan budaya perusahaan yang ditinjau dengan model evaluasi *public relations*.

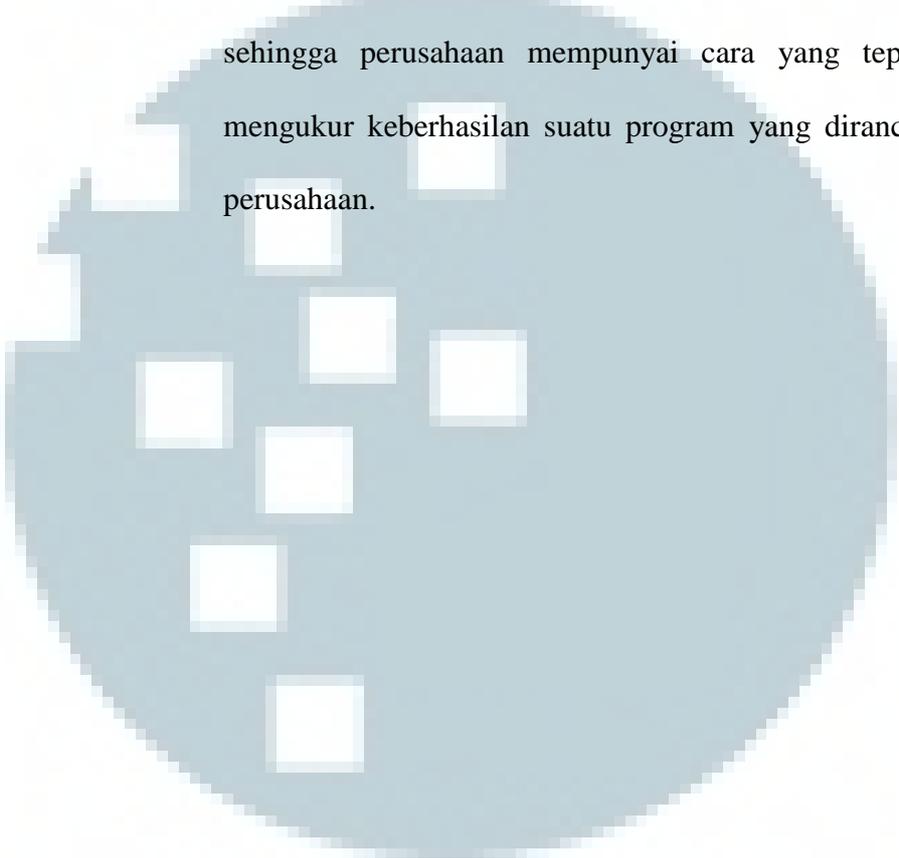
1.3.2. Signifikansi Penelitian

1.3.2.1. Signifikansi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu *Public Relations* terutama di bidang evaluasi, melihat kekurangan dan kelebihan model evaluasi PR yang digunakan, serta menggambarkan aktivitas pekerjaan sebagai *Public Relations* dan bagaimana penerapan konsep dan teori sesungguhnya dalam aktivitas kerja. diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.3.2.2 . Signifikansi Praktis

Hasil penelitian nantinya dapat membantu dalam memahami evaluasi dan penggunaan model evaluasi PR, sehingga perusahaan mempunyai cara yang tepat untuk mengukur keberhasilan suatu program yang dirancang oleh perusahaan.



UMMN