



### **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.

**STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL  
RELATIONS FIF GROUP 2015 DALAM  
MENANAMKAN BUDAYA PERUSAHAAN**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Serlinia Dewi

12140110043

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

2016

# **INTERNAL RELATIONS COMMUNICATION STRATEGY FIFGROUP 2015 IN INSTILLING CORPORATE CULTURE**

THESIS



Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement For Degree of Bachelor of Education in  
Communication Science (S.I.Kom)

Serlinia Dewi

12140110043

COMMUNICATION SCIENCE PROGRAM  
MAJOR OF PUBLIC RELATIONS  
COMMUNICATION SCIENCE FACULTY  
MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY  
TANGERANG

2016

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Serlinia Dewi

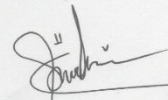
NIM : 12140110043

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL RELATIONS FIF GROUP 2015 DALAM MENANAMKAN BUDAYA PERUSAHAAN” 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 atau 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, 09 Mei 2016



Serlinia Dewi

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

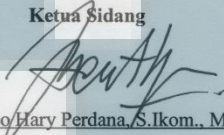
**“Strategi Komunikasi Internal Relations FIF Group 2015  
dalam Menanamkan Budaya Perusahaan”**

oleh


**Serlinia Dewi**

telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 08 Juni 2016,  
pukul 11.30 s.d. 13.00 dan dinyatakan lulus  
dengan susunan penguji sebagai berikut.


**Ketua Sidang**

  
(Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.)

**Penguji Ahli**


  
(Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.)

**Dosen Pembimbing**

  
(Dra. Mathilda AMW Birowo, M.Si.)

**Disahkan oleh**

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi – UMN**

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

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*Karya ini merupakan bukti dari kerjakeras ku dalam belajar,*

*Terimakasih tidak cukup untuk membalas semua pengorbanan orangtuaku.*

*Bangga kepada mereka, yang tidak mengenyam pendidikan tinggi,*

*tapi selalu tulus dalam usaha mendorong anaknya*

*untuk selalu lebih baik dari dirinya.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur, hormat, dan kemuliaan untuk Tuhan YME, oleh karena karunia dan penyertaannya yang begitu sempurna, peneliti dapat melalui dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama kurun waktu kurang lebih lima bulan, peneliti melalui banyak hal hingga pada akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana mestinya. Berbagai kesulitan, masalah, peluang, ataupun kesempatan semasa penelitian ini dilakukan, mampu dilalui sehingga dapat mendewasakan, memberikan pelajaran, serta pengalaman yang sangat berharga bagi peneliti.

Oleh karena itu, peneliti sangat menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, namun peneliti terus mengucap syukur serta terus melakukan hal yang terbaik sesuai dengan kapasitas dan kemampuan yang peneliti miliki. Dalam kesempatan kali ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu, memberikan dukungan, serta memberikan bimbingan selama proses penelitian ini. Tanpa bantuan mereka, penelitian ini tidak akan pernah terwujud.

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

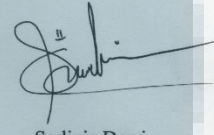
1. Dra. Mathilda AMW Birowo, M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan arahan, masukan, serta motivasi bagi penelitian ini.

2. Dra. Bertha Dri Eko M., M.Si. selaku ketua program ilmu komunikasi Universitas Multimedia Nusantara atas arahan yang telah diberikan.
3. FIF Group, sebagai objek penelitian yang telah memberikan izin dan kesempatan bagi peneliti untuk mengadakan penelitian.
4. Arif Rezha Fahlepi selaku *Corporate Communications* FIF Group, atas waktu, kesempatan, dan bimbingannya saat menjadi informan kunci dalam penelitian ini.
5. Hangga selaku Internalisasi *Culture Department* FIF Group, atas waktu serta informasi yang diberikan saat menjadi informan utama dalam penelitian ini.
6. Totot selaku Internal Communications Manager Kompas Gramedia, selaku informan ahli yang menyediakan waktu serta kesempatan untuk memperluas dan memperdalam pengetahuan peneliti dengan fokus penelitian ini.
7. Arif selaku Satpam FIF Group, yang memberikan informasi untuk mendukung hasil penelitian ini.
8. Papa, Mama, serta keluarga lainnya, yang menjadi motivasi dalam melakukan pembuktian mengenai kemampuan dalam menyelesaikan studi dengan tepat waktu dengan hasil terbaik selama masa kuliah ini.
9. Wahyu Katana Lesmana, Debora Christiany, Johanes Anthonius, Kevin, dan Revaldy R. Teman-teman seperjuangan skripsi yang saling mendukung, memberi masukan, dan menyemangati satu sama lain.



Akhir kata, peneliti mendoakan semoga Tuhan YME membalas segala kebaikan pihak-pihak yang telah membantu peneliti. Besar harapan peneliti agar skripsi ini dapat memberikan manfaat positif bagi pengembangan ilmu komunikasi ataupun praktisi komunikasi.

Tangerang, 09 Mei 2016



Serlinia Dewi

## ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai strategi komunikasi *internal relations* FIF Group 2015 dalam menanamkan budaya perusahaan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh dinamika bisnis yang membuat perusahaan terus mempertahankan posisinya, tidak luput juga bisnis *financial* yang memiliki perputaran bisnis yang sangat dinamis. Perkembangan bisnis perusahaan ditentukan oleh perilaku anggota perusahaan (karyawan). Salah satu strateginya adalah dengan menanamkan budaya berupa nilai perusahaan secara konsisten kepada karyawan. Agar budaya perusahaan dapat terinternalisasikan dengan baik, maka dibutuhkan fungsi komunikasi internal untuk mengkomunikasikannya kepada seluruh karyawan.

Penelitian ini dikaji dengan menggunakan konsep *Research, Objective, Programming, and Evaluation* (ROPE) oleh Jerry A. Hendrix & Darrell C. Hayes. Penelitian berjenis kualitatif deskriptif, serta menggunakan metodologi studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara mandalam dan studi pustaka. Keabsahan data diuji dengan menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan program penanaman budaya perusahaan disebut sebagai *culture day*, yang fokus kepada upaya dalam penanaman nilai perusahaan dalam setiap diri karyawan FIF Group secara berkala dan berkelanjutan, yaitu dilakukan setiap hari Senin di awal bulan. Yang didukung dengan media internal untuk mengkomunikasikannya seperti *pamphlet*, poster, *intranet* dan *bulletin* Astra. Meskipun aktivitas dan fungsi internal yang dilakukan FIF Group sudah efektif, namun efektifitas dari program ini belum terukur secara terperinci. Budaya yang sudah menjadi bagian yang tertanam kuat dalam diri karyawan harus terus dijaga dengan program komunikasi internal yang berkesinambungan.

Kata kunci : budaya perusahaan, komunikasi organisasi, komunikasi internal, karyawan, ROPE, FIF Group.

U M M N

## ABSTRACT

This thesis discuss about communication strategy used by the internal relations division of FIF Group in cultivating corporate culture in 2015. The background of this research is the idea of how the corporation able to keep its position through business dynamics, and financial business which revolves dynamically. The corporation's business development is determined by the behavior of corporate member (employees). One of the strategies is to cultivate culture in the form of corporate values to employees consistently. Internal communication function is needed to communicate the value to all employees, in order to internalize the corporate culture perfectly.

The research is examined using *Research, Objective, Programming, and Evaluation* (ROPE) concept by Jerry A. Hendrix & Darrell C. Hayes. The research use descriptive qualitative approach and case study method. In-depth interview and literature study is used as data collecting techniques. The data is validated through source triangulation.

The results point out the corporate culture cultivation program referred as the culture day, which focused the effort of cultivating corporate values in every FIF Group's employee periodically and continuously, every Monday at the beginning of the month. The culture day is supported by internal media, which serves to communicate the program through pamphlet, poster, intranet, and Astra bulletin. While the activity and the internal function which have been done by FIF Group seem effective, the effectiveness of this program itself is not yet measured in detail. The culture which has been cultivated deeply inside every employee should be preserved with sustainable internal communication programs.

Keywords: corporate culture, organizational communication, internal communication, employees, ROPE, FIF Group.

U M N

# DAFTAR ISI

	Hlm
DAFTAR ISI .....	
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Kegunaan Penelitian .....	6
1.4.1 Kegunaan Akademis .....	6
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	6

## BAB II TINJAUAN LITERATUR DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1.	Penelitian Terdahulu .....	8
2.2.	Kerangka Konseptual .....	18
2.2.1.	Komunikasi Organisasi .....	18
2.2.2.	Public Relations .....	22
2.2.3.	Komunikasi Internal .....	26
2.2.4.	Strategi Public Relations .....	32
2.2.5.	Budaya Organisasi .....	44
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	49

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	Jenis dan Sifat Penelitian .....	50
3.2.	Paradigma Penelitian .....	51
3.3.	Metode Penelitian .....	52
3.4.	Key Informan .....	53
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.5.1.	Data Primer .....	56
3.5.2.	Data Sekunder .....	57
3.6.	Uji Keabsahan Data .....	57
3.7.	Teknik Analisis Data .....	58
3.8.	Fokus Penelitian .....	60
3.9.	Waktu dan Tempat Penelitian .....	60

## BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	62
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan .....	62
4.1.1.1.	Visi Misi dan Nilai Perusahaan .....	68
4.1.1.2.	Budaya dan Logo Perusahaan .....	69
4.1.1.3.	Struktur Organisasi Perusahaan .....	71
4.2.	Hasil Penelitian .....	73
4.3.	Pembahasan .....	80
4.3.1.	Internal Relations FIF Group .....	81
4.3.2.	Budaya Organisasi FIF Group .....	87
4.3.3.	Strategi Penanaman Budaya Perusahaan .....	90
4.3.3.1.	Research .....	91
4.3.3.2.	Objective .....	101
4.3.3.3.	Programming .....	103
4.3.3.4.	Evaluation .....	117

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1.	Kesimpulan .....	120
5.2.	Saran .....	122
5.2.1.	Saran Akademis .....	122
5.2.2.	Saran Praktis .....	122

DAFTAR PUSTAKA .....	xvi
----------------------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1. Tabel <i>Key Informan</i> dan Informan .....	55
Tabel 3.2. Tabel Penelitian .....	61
Tabel 4.1 Profil Karyawan Berdasarkan Usia .....	94
Tabel 4.2. Profil Karyawan Berdasarkan Pendidikan .....	94
Tabel 4.3. Profil Karyawan Berdasarkan Jabatan .....	95
Tabel 4.4. Profil Karyawan Berdasarkan Masa Kerja .....	95

UMMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran .....	49
Gambar 4.1. Logo Perusahaan FIF Group .....	70
Gambar 4.2. Struktur Perusahaan FIF Group .....	71
Gambar 4.3. Logo <i>Value Teamwork</i> .....	88
Gambar 4.4. Logo <i>Value Excellence</i> .....	88
Gambar 4.5. Logo <i>Value Achieving</i> .....	89
Gambar 4.6. Logo <i>Value Moving Forward</i> .....	90
Gambar 4.7. <i>Pamphlet</i> .....	107
Gambar 4.8. <i>Pamphlet</i> .....	108
Gambar 4.9. Poster .....	109
Gambar 4.10. Poster Budaya Perusahaan .....	115

UMMN