

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI
INTERNAL PT XYZ DALAM MELAKUKAN SOSIALISASI
BUDAYA AKHLAK BUMN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Andiva Sada Rifana Saraswati

00000041896

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI
INTERNAL PT XYZ DALAM MELAKUKAN SOSIALISASI
BUDAYA AKHLAK BUMN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh

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

Andiva Sada Rifana Saraswati

00000041896

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Andiva Sada Rifana Saraswati

Nomor Induk Mahasiswa : 00000041896

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Strategi Perencanaan Program Komunikasi Internal PT XYZ dalam Melakukan Sosialisasi Budaya AKHLAK BUMN

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 12 Juni 2023



Andiva Sada Rifana Saraswati

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI INTERNAL PT XYZ DALAM MELAKUKAN SOSIALISASI BUDAYA AKHLAK BUMN

Oleh

Nama : Andiva Sada Rifana Saraswati
NIM : 00000041896
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 27 Juni 2023
Pukul 14.30 s/d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

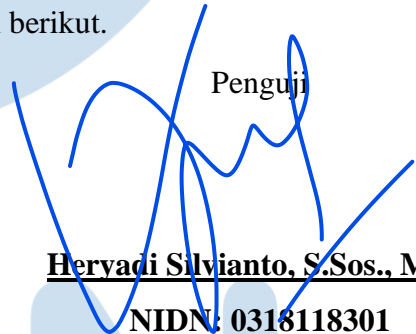


Digitally signed
by Intan Primadini
Date: 2023.07.17
19:02:02 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0326098501

Penguji



Hervadi Silvianto, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0318118301

Pembimbing



Digitally signed
by Chininta
Date: 2023.07.17
20:05:27 +07'00'

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si.

NIDN: 0320079201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2023.07.18
11:28:46 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Andiva Sada Rifana Saraswati
NIM : 00000041896
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : ~~Tesis/Skripsi/Laporan Magang~~

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Perencanaan Program Komunikasi Internal PT XYZ dalam Melakukan Sosialisasi Budaya AKHLAK BUMN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 12 Juni 2023

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Andiva Sada Rifana Saraswati

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa atas tuntasnya penulisan Skripsi berjudul “*Strategi Perencanaan Program Komunikasi Internal PT XYZ dalam Melakukan Sosialisasi Budaya AKHLAK BUMN*”. Tulisan ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.) dari Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tugas akhir ini akan sulit dituntaskan tanpa bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi dan dukungan sehingga skripsi ini selesai secara tepat waktu.
5. Intan Primadini, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Sidang yang telah memberikan bimbingan, saran dan petunjuk untuk memperkaya skripsi.
6. Heryadi Silvianto, S.Sos., M.Si., selaku Penguji yang telah menyampaikan arahan dan petunjuk untuk perbaikan skripsi.
7. Kepada Pimpinan Perusahaan PT XYZ yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan pengambilan data.
8. Kepada *Vice President Human Capital* bagian manajemen SDM dan pengelolaan budaya perusahaan yang telah memberi persetujuan penelitian dan memberi banyak informasi terkait
9. Kepada Staf Departemen *Human Capital* PT XYZ yang telah membantu menyediakan data-data pendukung.

10. Kepada AH, AL, AD, dan AF yang turut berpartisipasi dalam memberikan informasi, pengetahuan dan wawasan sebagai narasumber.
11. Mami, Papi, Adik, dan Keluarga Besar yang selalu memberikan bantuan, cinta kasih hingga doa tanpa henti atas setiap langkah yang ditempuh oleh peneliti.
12. Rekan-rekan BEM Gen XII, U-Biz Gen IV, U-Store Gen VI, Rumpin Gen VIII, Grup Wacana, dan teman-teman yang turut menemani lika-liku perjuangan dalam menyusuri aktivitas perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak keterbatasan dan/atau kekurangan yang harus diperbaiki dalam penyusunan skripsi ini, baik dari segi materi maupun teknik penulisan. Maka dari itu, peneliti terbuka terhadap segala saran dan kritik yang membangun guna mendukung perluasan wawasan berbagai pihak.

Tangerang, 17 Juli 2023



Andiva Sada Rifana Saraswati

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI INTERNAL PT XYZ DALAM MELAKUKAN SOSIALISASI BUDAYA AKHLAK BUMN

Andiva Sada Rifana Saraswati

ABSTRAK

Dewasa ini, tantangan bisnis semakin kompleks dan variatif. Tantangan VUCA diyakini menjadi salah satu tantangan yang dapat menembus hampir di seluruh lini bisnis tanpa. VUCA dapat dihindari dengan kemampuan adaptasi terhadap sikap SDM-nya sendiri. Oleh karena itu, Kementerian BUMN mengadakan transformasi BUMN dalam sisi *human capital* secara menyeluruh terhadap BUMN Indonesia pada 1 Juli 2020 dengan melakukan penyesuaian nilai-nilai utama yang diketahui bernama budaya AKHLAK. Maka, PT XYZ selaku salah satu BUMN Karya membuat program komunikasi internal untuk mensosialisasikan budaya baru kepada karyawan. Telah dua tahun diterapkan, indeks implementasi AKHLAK PT XYZ masih berada dalam kategori C. Artinya, karyawan perlu meningkatkan penerapan AKHLAK, terutama di lingkungan kerja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi perencanaan program komunikasi internal PT XYZ dalam melakukan sosialisasi budaya AKHLAK BUMN. Jenis dan sifat penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi perencanaan komunikasi internal dilaksanakan PT XYZ melalui tahap *strategic intent, define communication objectives, identify and prioritize target audience, identify themed messages, develop message styles, develop a media strategy, dan prepare the budget* sesuai dengan konsep perencanaan program yang digagas oleh Cornelissen (2014). Penelitian ini menemukan bahwa eksekusi strategi perencanaan program dapat meningkatkan *awareness* karyawan terhadap budaya AKHLAK sehingga berdasarkan panduan dalam *AKHLAK Culture Journey (2022)*, PT XYZ sudah menjajaki tahap penerimaan karena telah memiliki pemahaman yang kuat terhadap budaya perusahaan yang dianut. Namun, PT XYZ masih harus melakukan pengembangan program komunikasi internal terkait budaya AKHLAK agar karyawan segera memasuki tahap perubahan perilaku sehingga indeks implementasi AKHLAK pun turut meningkat.

Kata kunci: *AKHLAK, BUMN, Program Komunikasi Internal, Sosialisasi Budaya, Strategi Perencanaan Program*

STRATEGIC PLANNING OF PT XYZ'S INTERNAL COMMUNICATION PROGRAM IN SOCIALISING AKHLAK BUMN CULTURE

Andiva Sada Rifana Saraswati

ABSTRACT

Nowadays, business challenges are increasingly complex and varied. The VUCA challenge is believed to be one that can penetrate almost all lines of business. VUCA can be avoided with the ability to adapt to the attitude of its human resources. Therefore, the Ministry of SOEs transformed SOEs in terms of human capital for Indonesian SOEs on 1 July 2020 by aligning the central values known as the AKHLAK culture. So, PT XYZ as one of BUMN Karya created an internal communication program to socialize the new culture to employees. After two years of implementation, PT XYZ's AKHLAK implementation index is still in category C. It means that employees must increase the implementation of AKHLAK, especially in the work environment. This study aims to analyze PT XYZ's internal communication program planning strategy in conducting AKHLAK BUMN culture socialization. The type and nature of this research is descriptive qualitative with a case study method. Data collection techniques used are interviews and documentation. The results showed that PT XYZ's internal communication planning strategy was implemented through the stages of strategic intent, define communication objectives, identify and prioritize target audiences, identify themed messages, develop message styles, develop a media strategy, and prepare the budget according to the program planning concept initiated by Cornelissen (2014). This study found that the execution of program planning strategies can increase employee awareness of the AKHLAK culture so; that based on the guidelines in the AKHLAK Culture Journey (2022), PT XYZ has explored the acceptance stage because it already has a strong understanding of the corporate culture it adheres to. However, PT XYZ still has to develop an internal communication program related to AKHLAK culture so that employees immediately enter the behavior change stage and the AKHLAK implementation index also increases.

Keywords: *AKHLAK, BUMN, Cultural Socializing, Internal Communication Program, Strategic Planning*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1. Kegunaan Akademis	7
1.5.2. Kegunaan Praktis	7
1.5.3. Kegunaan Sosial.....	7
1.5.4. Keterbatasan Penelitian	7
BAB II KERANGKA TEORI / KERANGKA KONSEP.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Teori atau Konsep yang Digunakan	13
2.2.1. Komunikasi Organisasi	13
2.2.2. Komunikasi Internal.....	14
2.2.3. Strategi Komunikasi.....	15
2.2.3.1 Perencanaan Program Komunikasi.....	16
2.2.3.2 Evaluasi Perencanaan Program Komunikasi	19

2.3. Alur Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1. Paradigma Penelitian	22
3.2. Jenis dan Sifat Penelitian.....	22
3.3. Metode Penelitian.....	23
3.4. Partisipan dan Informan	24
3.5. Teknik Pengumpulan Data	25
3.5.1. Dokumentasi	26
3.5.2. Wawancara	26
3.6. Keabsahan Data	27
3.7. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1. Subjek Penelitian	29
4.1.1. Profil PT XYZ.....	29
4.1.2. Visi dan Misi PT XYZ.....	29
4.1.3. Budaya AKHLAK BUMN.....	30
4.2. Hasil Penelitian.....	31
4.2.1. <i>Strategic Intent</i>	31
4.2.2. <i>Define Communication Objectives</i>	32
4.2.3. <i>Identify and Prioritized Target Audience</i>	35
4.2.4. <i>Identify Themed Message</i>	36
4.2.5. <i>Develop Message Styles</i>	38
4.2.6. <i>Develop a Media Strategy</i>	40
4.2.7. <i>Prepare the Budget</i>	44
4.3. Pembahasan	45
4.3.1. Memperkuat Reputasi Perusahaan Melalui Komitmen untuk Menerapkan Budaya AKHLAK.....	45
4.3.2. Peningkatan Kesadaran (<i>Awareness</i>) Budaya AKHLAK di Kalangan Karyawan PT XYZ	46
4.3.3. Karyawan PT XYZ sebagai Target Utama dalam Program Sosialisasi Budaya AKHLAK.....	50

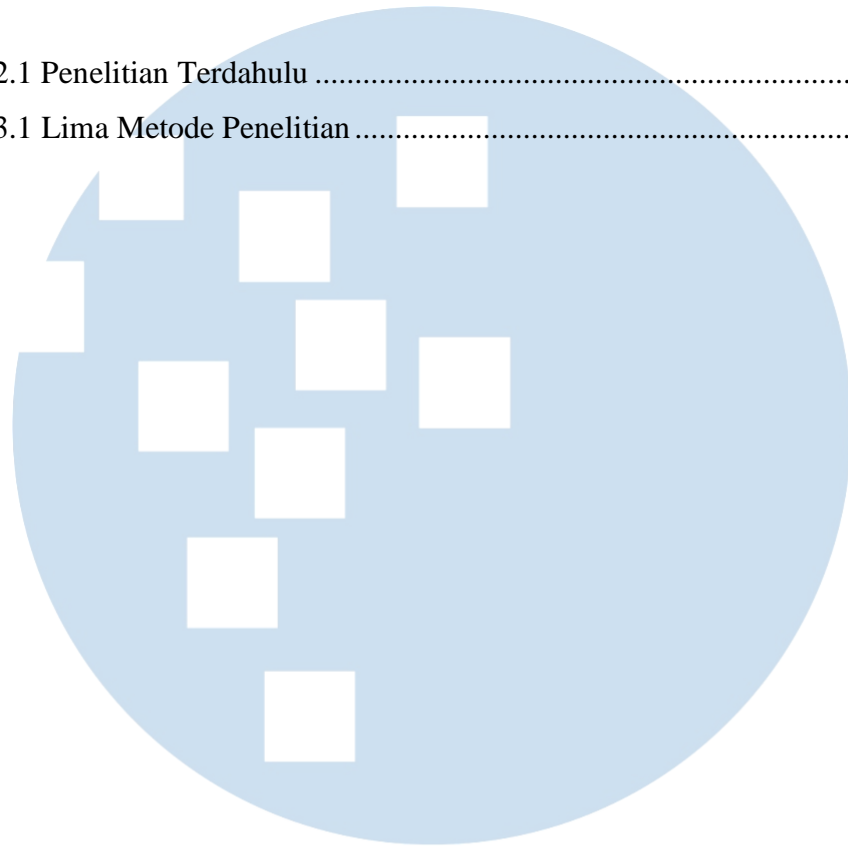
4.3.4. Insan XYZ Ber-AKHLAK.....	51
4.3.5. Pengembangan Gaya Pesan.....	52
4.3.6. Pengembangan Strategi Media.....	54
4.3.7. Persiapan Anggaran	56
BAB V KESIMPULAN SARAN.....	58
5.1. Kesimpulan.....	58
5.2. Saran	59
5.2.1. Saran Akademis	59
5.2.2. Saran Praktis.....	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN A.....	62
LAMPIRAN B.....	68

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Lima Metode Penelitian	23



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Budaya AKHLAK	2
Gambar 1.2 Proyeksi Piramida Penduduk Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Tahapan Peremusan Isi Strategi Komunikasi.....	16
Gambar 2.2 Proses Perencanaan Program Komunikasi.....	19
Gambar 2.3 Alur Penelitian	21



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	62
Lampiran A.1 Hasil Uji Turnitin.....	63
Lampiran A.2 Formulir Konsultasi Skripsi / Tugas Akhir	64
Lampiran A.3 <i>Curriculum Vitae</i>	66
LAMPIRAN B	68
Lampiran B.1 Pedoman Wawancara.....	69
Lampiran B.2 Transkrip Wawancara Partisipan 1	71
Lampiran B.3 Transkrip Wawancara Partisipan 2	79
Lampiran B.4 Transkrip Wawancara Partisipan 3	89
Lampiran B.5 Transkrip Wawancara Informan	104

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA