Universitas Indonesia Library >> UI - Tesis Membership

Evaluasi sosialisasi manual identitas korporat dalam proses perubahan corporate culture pada perusahaan perkebunan: studi kasus di PT PP London Sumatera Tbk

Duddy Pramudyanto, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=110852&lokasi=lokal

---

Abstrak

Sebagai industri perkebunan yang berorientasi keuntungan, ketika akan melakukan perubahan yang bersifat kultural, proses komunikasi yang bertahap sangat perlu diperhitungkan. Proses komunikasi yang bertahap dilandasi pada argumentasi bahwa (1) terdapatnya keberagaman fungsi dan peran, latar belakang pendidikan dan nilai-nilai yang dianut oleh aktor-aktor yang terlibat di perkebunan, dari tingkat pekerja, hingga estate manager; (2) nature tanaman kebun yang produktif dalam kisaran usia 15-20 tahun dan (3) nilai-nilai kolonial yang lekat dengan paternalistik dan feodalistik, membutuhkan teknik-teknik komunikasi yang tepat sasaran, agar perubahan secara bertahap dapat diterima dan diserap oleh kelompok sosial di organisasi.

Menyadari pentingnya akan hal tersebut, dalam rangka proses transformasi yang sedang berlangsung, melalui instrumen corporate identity, pihak manajemen PT PP London Sumatra Tbk., menginginkan terjadinya proses transformasi nilai-nilai (values) kultural agar dapat mengarahkan perilaku kelompok sosial organisasi mencapai tujuan bersama yang dapat memberi kontribusi yang juga bermanfaat bagi pengembangan wilayah sekitar. Instrumen corporate identity merupakan representasi visual dan bentuk identitas terhadap status-pentingnya organisasi dan karyawan yang menjadi kekhasan organisasi satu dengan organisasi lainnya.

Secara Iebih spesifik, rumusan masalah dalam tesis ini adalah "Bagaimanakah instrumen corporate identity dapat menjadi faktor pemicu proses sosialisasi perubahan corporate culture yang berlangsung di internal organisasi?" dan "Bagaimanakah alai komunikasi dapat berfungsi efeIaif untuk jaringar/komunikasi yang berbeda? ". Sehingga, tujuan dalam penelitan ini adalah menjawab pertanyaan diatas yang pada intinya bagaimana suatu corporate identity akan disosialisasikan kepada karyawan PT PP London Sumatra Tbk yang tersebar dan mempunyai Tatar belakang yang berlainan serta komitrnen pejabat kunci dari fungsi perusahaan untuk menyampaikannya dan pembuatan suatu patron program komunikasi yang berbasis perencanaan perusahaan.

Pendekatan evaluasi yang dilakukan pada penelitian ini adalah action research yang berusaha mendekatkan teori dan konsep ke dalam bentuk-bentuk operasional dan praktis. Action research ini sangat efektif untuk memahami fenomena secara apa adanya. Peneliti yang melakukan action research hanya menginterpretasikan data dan fakta tentang fenomena yang diteliti berdasarkan konsep dan teori yang dipilihnya.

Berdasarkan hasil analisis dan interpretasi data pada proses sosialisasi corpoarate identity kepada seluruh level karyawan dengan menggunakan berbagai media komunikasi, tatap muka dan media non tatap muka seperti surat elektronik, majalah, dan intranet diperoleh kenyataan bahwa media tatap muka merupakan

media yang disukai oleh karyawan dan efektif dalam penyampaian informasi. Selain itu terlihat dari observasi penelitian ini, secara umum iklim komunikasi di PT PP London Sumatra dapat ditandai dengan iklim yang cukup demokratis, cukup mendukung, namun kurang terbuka, diskriminatif dalam keterbukaan, dan memiliki perhatian yang besar pada tujuan pencapaian kinerja yang tinggi.

Berkaitan dengan kepuasan organisasi, umumnya karyawan merasa puas dengan rekan sejawat tetapi tidak puas dengan penilaian prestasi kerja, peluang dan promosi kerja serta masalah renumerasi. Karyawan menggunakan berbagai media komunikasi dalam menjalin hubungan komunikasi diinternal perusahaan. Berkaitan dengan budaya organisasi, karyawan merasa unggul memiliki potensi tumbuh dan iklim positif untuk berprestasi.

Penelitian ini memberi kontribusi berupa: (1) status terkini dari efektifitas sistem komunikasi di internal perusahaan; (2) penggunaan pendekatan action research dalam menentukan rencana, iangkah pelaksanaan, umpan batik, dan refleksi untuk penetapan program komunikasi internal yang efektif.