

Efektivitas majalah internal bagi karyawan dalam mempengaruhi sikap karyawan terhadap transformasi budaya TIPCE PT Bank X Tbk

Rena Bagliani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=123942&lokasi=lokal>

Abstrak

PT Bank X Tbk pada periode tahun 2005 hingga 2008 telah melakukan proses sosialisasi budaya perusahaan yang baru, yaitu TIPCE (Trust, Integrity, Profesionalism, Costumer Focus, Excellence). Humas Bank X dalam mensosialisasikan TIPCE, menggunakan media internal yang salah satunya adalah Majalah Mandiri.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana efektivitas Majalah Mandiri dalam pembentukan sikap karyawan terhadap budaya TIPCE. Penelitian ini menggunakan paradigma positivist dan pendekatan kuantitatif. Sifat penelitian yang digunakan adalah eksplanatif yang bertujuan untuk mengetahui apakah majalah internal dapat mempengaruhi sikap karyawan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan Bank X yang berada di kantor pusat, dengan menggunakan teknik penarikan sampel random sampling.

Hasil penelitian mengemukakan bahwa Majalah Mandiri dapat dikatakan mencapai tahap efektif dilihat dari pengetahuan dan pendapat responden mengenai Majalah Mandiri. Sikap karyawan terhadap budaya TIPCE telah mencapai aspek konatif, dengan melewati tahap kognitif dan afektif. Bila dilihat pengaruhnya, Majalah Mandiri mempengaruhi sikap karyawan terhadap budaya TIPCE.

Dalam dimensi pengetahuan, pengetahuan karyawan terhadap ramuan isi dan distribusi majalah adalah dimensi yang paling mempengaruhi sikap karyawan terhadap budaya TIPCE. Sedangkan dalam dimensi pendapat, pendapat karyawan terhadap format media adalah dimensi yang paling mempengaruhi sikap karyawan terhadap budaya TIPCE. Apabila dilihat dari sikap yang terdiri dari dimensi Kognitif, Afektif dan Konatif, Pengetahuan terhadap majalah Mandiri paling mempengaruhi afektif atau perasaan karyawan terhadap budaya TIPCE. Kemudian Pendapat terhadap majalah Mandiri paling mempengaruhi kognitif atau pengetahuan karyawan.

PT Bank X Tbk during 2005 to 2008 period have done socialization of the new corporate culture, TIPCE (Trust, Integrity, Profesionalism, Customer Focus, Excellence). PR of Bank X uses internal magazine "Majalah Mandiri", to socialize TIPCE.

The objective of this research is to find out the effectivity of Mandiri Magazine in forming employee's attitude toward TIPCE. This Research uses positivist paradigm with quantitative, explanatif approach that aims to find out whether internal magazine can influence employee's attitude. Data collection technique is questionnaire. The population in this research is Bank X's employee stationed in central office. This research utilizes stratified random sampling.

The outcome of this research exhibits the ability of Mandiri magazine to reach the effective level, based on

the knowledge and opinion of the respondents on Mandiri magazine. Employee's attitude toward TIPCE reach connative level, passing through cognitive and affective level. The relation between Mandiri magazine and employee's attitude is quite strong. Mandiri magazine influence 24% of employee's attitude toward TIPCE. The rest is influenced by other variables, other than Mandiri magazine.

In the knowledge dimension, the knowledge of employee towards the content and distribution of the magazine influence most of employee's attitude toward TIPCE culture. Meanwhile in opinion dimension, employee's opinion toward media format influence the most of employee's attitude toward TIPCE culture. Based on employee's attitude that contains of cognitive, affective and conative. Knowledge of the Mandiri magazine influence the affective of employee towards TIPCE. And opinion towards Mandiri magazine influence cognitive of employee.