



**KOMUNIKASI INTERNAL TENTANG VISI PERUSAHAAN
DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN DAN BUDAYA
KERJA KARYAWAN PT ELNUSA TBK PADA TAHUN 2025**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**MUHAMMAD FUAD HIDAYAT
44222120032**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**KOMUNIKASI INTERNAL TENTANG VISI PERUSAHAAN
DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN DAN BUDAYA
KERJA KARYAWAN PT ELNUSA TBK PADA TAHUN 2025**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
MUHAMMAD FUAD HIDAYAT
44222120032
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fuad Hidayat
NIM : 44222120032
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Komunikasi Internal Tentang Visi Perusahaan Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Budaya Kerja Karyawan PT Elnusa Tbk Pada Tahun 2025”
adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2026



Muhammad Fuad Hidayat

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Muhammad Fuad Hidayat

NIM : 44222120032

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

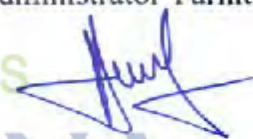
Bidang Studi : PUBLIC RELATIONS

Dengan judul “KOMUNIKASI INTERNAL TENTANG VISI PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN DAN BUDAYA KERJA KARYAWAN PT ELNUSA TBK PADA TAHUN 2025”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 20%

Jakarta, 19 Februari 2026
Administrator Turnitin

UNIVERSITAS

MERCU BUANA


Rizki Agustin, S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting) Fax. 021-584-0813
http://www.mercubuana.ac.id e-mail: jumb@mercubuana.ac.id

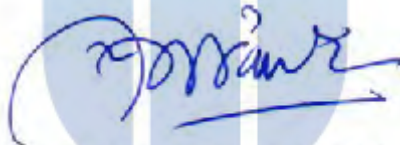
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Fuad Hidayat
NIM : 44222120032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Komunikasi Internal Tentang Visi Perusahaan Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Budaya Kerja Karyawan PT Elnusa Tbk Pada Tahun 2025

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 13 Februari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:



(Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.Si.)
NIDN/NUPTK: 0726067701

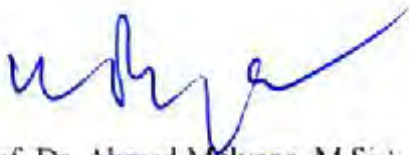
UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si.)
NIDN/NUPTK: 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si.)
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini
5. Pihak PT Elnusa Tbk, khususnya para narasumber yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berharga bagi penelitian.
6. Bapak saya, Murman Hidayat, ibu saya, Pesi Siswandari, saudara kembar saya, Muhammad Yusuf Hidayat, istri saya, Waqiah, serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan moral maupun material kepada penulis.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 18 Februari 2026
Muhammad Fuad Hidayat

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Fuad Hidayat
NIM : 44222120032
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Komunikasi Internal Tentang Visi Perusahaan Dalam Meningkatkan Pemahaman Dan Budaya Kerja Karyawan PT Elmusa Tbk Pada Tahun 2025

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Februari 2026

Saya menyatakan,



(Muhammad Fuad Hidayat)

KOMUNIKASI INTERNAL TENTANG VISI PERUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN DAN BUDAYA KERJA KARYAWAN PT ELNUSA TBK PADA TAHUN 2025

MUHAMMAD FUAD HIDAYAT

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan organisasi untuk memperkuat efektivitas komunikasi internal sebagai penggerak budaya kerja dan penyelarasan strategi. Fenomena di PT Elnusa Tbk menunjukkan bahwa praktik komunikasi internal masih berfokus pada metrik keterlibatan dan statistik kanal digital, sehingga mengabaikan aspek pembentukan makna dan perubahan perilaku karyawan. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana komunikasi internal mendukung transformasi budaya organisasi serta peran *sensegiving* oleh supervisor dalam memperkuat proses pembentukan makna di antara karyawan. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi internal, konsep *sensegiving*, manajemen komunikasi organisasi, serta teori budaya organisasi Schein.

Paradigma penelitian adalah konstruktivis dengan metode kualitatif deskriptif. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif, sementara data sekunder diperoleh dari dokumen internal dan literatur ilmiah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal di PT Elnusa Tbk masih bersifat *top-down* dan menekankan transmisi informasi. Proses pembentukan makna belum optimal karena kapasitas *sensegiving* di level supervisor terbatas. Penelitian ini menegaskan perlunya integrasi perencanaan komunikasi, penguatan kepemimpinan lini, serta sistem penghargaan yang berkelanjutan guna mendukung perubahan budaya yang sistemik.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi internal di PT Elnusa Tbk belum mampu secara efektif mendukung transformasi budaya organisasi karena masih berorientasi pada penyampaian informasi secara *top-down* dan belum memfasilitasi pembentukan makna secara mendalam di tingkat karyawan. Keterbatasan peran *sensegiving* supervisor turut menghambat proses interpretasi pesan strategis sehingga nilai dan perilaku yang diharapkan tidak sepenuhnya terinternalisasi. Oleh karena itu, diperlukan integrasi perencanaan komunikasi yang lebih strategis, penguatan kapasitas kepemimpinan lini, serta sistem penghargaan yang konsisten untuk menciptakan perubahan budaya yang lebih sistemik dan berkelanjutan.

Kata kunci: komunikasi internal, budaya organisasi, komunikasi organisasi.

INTERNAL COMMUNICATION REGARDING CORPORATE VISION IN ENHANCING EMPLOYEE UNDERSTANDING AND WORK CULTURE AT PT ELNUSA TBK IN 2025

MUHAMMAD FUAD HIDAYAT

ABSTRACT

This study is motivated by the organizational need to strengthen the effectiveness of internal communication as a driver of work culture and strategic alignment. The phenomenon at PT Elnusa Tbk indicates that internal communication practices remain focused on engagement metrics and digital channel statistics, thereby overlooking aspects of meaning-making and employee behavioral change. This research aims to analyze how internal communication supports organizational culture transformation and examine the role of supervisor sensegiving in reinforcing employees' meaning-making processes. The study draws on internal communication theory, the concept of sensegiving, organizational communication management, and Schein's organizational culture theory.

Adopting a constructivist paradigm, this research employs a descriptive qualitative method. Primary data were collected through in-depth interviews and participant observation, while secondary data were obtained from internal documents and relevant academic literature.

The findings reveal that internal communication at PT Elnusa Tbk remains predominantly top-down and emphasizes information transmission. The meaning-making process has not been optimal due to limited sensegiving capacity at the supervisory level. This study underscores the need for integrated communication planning, strengthened line leadership, and sustainable reward systems to support systemic cultural change.

In conclusion, internal communication at PT Elnusa Tbk has not yet effectively supported organizational culture transformation, as it remains oriented toward top-down information delivery and does not sufficiently facilitate deep meaning-making among employees. Limited supervisor sensegiving further constrains the interpretation of strategic messages, preventing the full internalization of expected values and behaviors. Therefore, more strategic communication planning, enhanced line leadership capacity, and consistent reward systems are required to foster sustainable and systemic cultural change.

Keywords: *internal communication, organizational culture, organizational communication.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis.....	37
2.2.1 Teori Komunikasi Organisasi	37
2.2.2 Teori Komunikasi Internal.....	38
2.2.3 Komunikasi Korporat	39
2.2.4 Komunikasi Organisasi.....	39
2.2.5 <i>Public Relations</i> dan Fungsi Komunikasi.....	41
2.2.6 <i>Internal Public / Stakeholder</i>	41
2.2.7 Komunikasi Internal	42
2.2.8 Budaya Perusahaan	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	47
3.1 Paradigma Penelitian.....	47

3.2 Metode Penelitian.....	48
3.3 Subyek Penelitian.....	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.5 Teknik Analisis Data	50
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Urgensi Penyampaian Visi Perusahaan kepada Karyawan.....	55
4.2.2 Strategi dan Perencanaan Komunikasi Internal	60
4.2.3 Pelaksanaan (Media, Kegiatan, dan Isi Pesan)	66
4.2.4 Pengaruh terhadap Pemahaman Karyawan dan Pembentukan Budaya Kerja	71
4.3 Pembahasan	77
4.3.1 Faktor Pendorong Urgensi Penyampaian Visi Perusahaan Kepada Karyawan Melalui Komunikasi Internal.....	77
4.3.2 Bentuk Strategi dan Perencanaan Komunikasi Internal dalam Menyampaikan Visi Perusahaan.....	79
4.3.3 Pelaksanaan Komunikasi Internal Segi Media, Kegiatan, dan Isi Pesan....	80
4.3.4 Capaian Komunikasi Internal tentang Budaya Perusahaan	82
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Simpulan.....	85
5.2 Saran.....	87
5.2.1 Saran Akademis	87
5.2.2 Saran Praktis	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu	18
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Panduan Wawancara Penelitian	94
Lampiran 2. Panduan Observasi	103
Lampiran 3. Transkrip Wawancara.....	105
Lampiran 4. Hasil Observasi.....	116
Lampiran 5. Dokumentasi Wawancara	119
Lampiran 6. Dokumentasi Event <i>Townhall</i>	120
Lampiran 7. Surat Selesai Penelitian	121
Lampiran 8. <i>Curriculum Vitae</i> Peneliti.....	123

