



**STRATEGI ATASAN PT. ENERCORP INDONESIA DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN KEBIJAKAN PERUSAHAAN
KEPADA KARYAWAN
(Periode tahun 2003 – 2007)**

Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)

Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :

Nama : Deasy Yosita

Nim : 44205110039

Jurusan : Public Relations

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2 0 07



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI ATASAN PT. ENERCORP INDONESIA DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN KEBIJAKAN PERUSAHAAN
KEPADA KARYAWAN

Nama : Deasy Yosita

NIM : 44205110039

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Public Relations

Mengetahui

Pembimbing I

(Dr. Andy Corry Wardhani)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Deasy Yosita
NIM : 4420511039
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI ATASAN PT. ENERCORP INDONESIA DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN KEBIJAKAN PERUSAHAAN
KEPADA KARYAWAN

Jakarta, Juli 2007

Mengetahui

1. Ketua Sidang

Ponco Budi Sulisty, S.Sos, M.Comm (.....)

2. Penguji Ahli

Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos, M.Si (.....)

3. Pembimbing I

Dr. Andy Corry Wardhany (.....)



UNIVERSITAS
MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Deasy Yosita
NIM : 44205110039
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : STRATEGI ATASAN PT. ENERCORP INDONESIA DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN KEBIJAKAN PERUSAHAAN
KEPADA KARYAWAN

Jakarta, Juli 2007

Disetujui dan Diterima Oleh :

Pembimbing I

(Dr. Andy Corry Wardhany)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

(Irmulan Sati T., SH, M.Si)

Deasy Yosita (44205110039)

Strategi Atasan PT. Enercorp Indonesia Dalam Mengkomunikasikan Kebijakan Perusahaan Kepada Karyawan

X+82 halaman ; 6 Lampiran

Bibliografi : 16 buku (tahun 1981-2006)

ABSTRAKSI

Strategi komunikasi merupakan suatu rencana atau desain untuk mengubah perilaku manusia dalam suatu jumlah besar melalui penyampaian ide-ide baru baik berupa pesan, informasi atau kebijakan. Ini merupakan cara yang dilakukan oleh atasan suatu organisasi atau perusahaan dalam menyampaikan kebijakan-kebijakan perusahaan. Disini seorang atasan harus mampu memilih langkah-langkah yang tepat agar kebijakan-kebijakan yang disampaikan dapat diterima dan berjalan dengan baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Strategi Atasan PT. Enercorp Indonesia dalam Mengkomunikasikan Kebijakan Perusahaan kepada Karyawan. Kerangka konsep yang digunakan terdiri dari pengertian organisasi, komunikasi organisasi, alat arus komunikasi dalam organisasi, pengertian dan jenis-jenis komunikasi internal, pengertian strategi komunikasi, prinsip-prinsip dan korelasi antar komponen dalam strategi komunikasi, pengertian kebijakan serta gambaran kebijakan dan kebijakan komunikasi. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dengan satu orang direktur PT. Enercorp Indonesia, satu orang HR Manager, dan tiga orang karyawan perusahaan. Wawancara mendalam ini bertujuan untuk memperoleh fakta dan data mengenai strategi yang digunakan oleh pimpinan perusahaan, melakukan dan melihat berhasil atau tidaknya kebijakan yang disampaikan kepada karyawan.

Setelah melakukan wawancara mendalam dengan semua pihak yang menjadi narasumber, diketahui bahwa Strategi Atasan PT. Enercorp Indonesia dalam Mengkomunikasikan Kebijakan Perusahaan kepada Karyawan. Menurut penelitian dan analisis yang dilakukan penulis terdiri dari beberapa prinsip strategi komunikasi mulai dari penggunaan pesan yang dirancang untuk khalayak spesifik, mengkomunikasikan pesan bagi golongan yang tidak setuju, melokalisir penyampaian pesan, pemanfaatan saluran tradisional, mengaktifkan keikutsertaan agen-agen perubahan yang berasal dari kalangan itu sendiri serta mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media yang digunakan, pengkajian tujuan pesan dan peranan komunikator dalam penyampaian kebijakan tersebut. Dalam hal ini atasan melakukan media monitoring untuk melihat kebijakan yang disampaikan apakah bisa diterima atau tidak.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, berkah, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis pada akhirnya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Skripsi dengan judul **”Strategi Atasan PT. Enercorp Indonesia Dalam Mengkomunikasikan Kebijakan Perusahaan Kepada Karyawan”** ini dibuat sebagai salah satu syarat Akademik yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan studi untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata-1 di Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan ini penulis banyak sekali mendapatkan bantuan, dorongan, doa serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak ini, yaitu :

1. Bapak Dr. Andy Corry Wardhany selaku pembimbing I Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu, meluangkan waktu dan selalu mengingatkan serta membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan dosen mata kuliah *Public Speaking*.
3. Ibu Irmulan Sati Tomoharjo, SH, M,Si selaku Ketua Bidang Studi Public Relation dan dosen mata kuliah riset PR. Terima kasih atas masukan, dukungan dan kerjasamanya selama ini.

4. Bapak Ponco Budi Sulisty, S.Sos, M.Comm selaku ketua sidang skripsi dan Ibu Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos, M.Si. selaku penguji ahli sidang, terima kasih atas semua masukan, dukungan dan kerjasama yang telah diberikan.
5. Untuk kedua orang tua tercinta, yang telah memberikan kasih sayang, semangat, dorongan dan doa. *You are my truly motivations and dedicate this for both of you and I do love you all the way*
6. Kak Devi dan Jeffri, atas dukungan, semangat serta doanya selama ini dalam menyelesaikan skripsi.
7. Bapak CS Sheshadri selaku atasan PT. Enercorp Indonesia dan seluruh karyawan PT. Enercorp Indonesia yang telah memberikan kesempatan dan meluangkan waktu bagi penulis juga memotivasi dan memberikan informasi dan data-data yang penulis perlukan dalam penelitian sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Teman-teman seperjuangan Aini, Detha dan Selvi. Terima kasih untuk semua dorongan, semangat dan motivasinya.
9. Teman-teman yang tercinta, Keni, Gadis, om Oddy, mba' Ina, tante Wiwi, Eri brondi, teh Ike, Aini, Detha, Aris, Ade, dan yang lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Khususnya untuk semua anak PR Mentenk Angkatan 7 (I love u all guys).
10. Sahabat dan temanku Pooh, Habibie, Mamuy, Marci, Dedoy, Deri botak dan sahabat-sahabat lainnya yang tidak dapat ditulis satu persatu. Terima kasih atas doanya dan dukungannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari siapapun yang membaca tulisan ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya.

Jakarta, Juli 2007

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Persetujuan Sidang Skripsi	i
Lembar Tanda Lulus Sidang Skripsi	ii
Lembar Pengesahan Perbaikan Sidang Skripsi	iii
Abstraksi	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Permasalahan	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Signifikansi Penelitian	
1.4.1 Signifikansi Akademis	9
1.4.2 Signifikansi Praktis	10
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
1.1 Komunikasi Organisasi	
2.1.1 Definisi Organisasi	11
2.1.2 Definisi Komunikasi Organisasi	12
2.1.3 Arus Komunikasi Dalam Organisasi	13
2.1.4 Alat Komunikasi	19
2.2 Komunikasi Internal	
2.2.1 Jenis Komunikasi Internal	23
2.3 Strategi	
2.3.1 Strategi Komunikasi	26
2.3.2 Prinsip-prinsip Strategi Komunikasi	27
2.3.3 Korelasi Antar Komponen Dalam Strategi Komunikasi	28
2.4 Kebijakan	
2.4.1 Definisi Kebijakan	32
2.4.2 Gambaran Kebijakan	33
2.4.3 Kebijakan Komunikasi	34
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Sifat Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Nara Sumber / Key Informan	37

3.4	Teknik Pengumpulan Data	
3.4.1	Data Primer	40
3.4.2	Data Sekunder	41
3.5	Definisi Konsep	41
3.6	Fokus Penelitian	42
3.6	Teknik Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Obyek Penelitian	45
4.1.1	Gambaran singkat PT. Enercorp Indonesia	45
4.2	Hasil penelitian	47
4.2.1	Strategi Komunikasi Yang Diterapkan Atasan PT. Enercorp Indonesia	48
4.2.2	Media Komunikasi Yang Digunakan PT. Enercorp Indonesia	61
4.2.3	Korelasi Antarkomponen Dalam Strategi Komunikasi	70
4.3	Pembahasan	73

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman wawancara
2. Hasil wawancara
3. Surat ijin penelitian
4. Struktur organisasi PT. Enercorp Indonesia
5. Internal memo kebijakan waktu kerja
6. Internal memo kebijakan jamsostek
7. Foto papan pengumuman
8. Biodata penulis