



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

**SOSIALISASI VIRTUAL BUDAYA PERUSAHAAN  
DALAM MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING  
(STUDI KASUS DI PT PLN BATUBARA)**

**TESIS**

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

Oleh:  
**ANDY KURNIADY**

**55218120021**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2021**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**PRGOGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama : Andy Kurniady  
Nim : 55218120021  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*  
Judul : Sosialisasi Virtual Budaya Perusahaan Dalam Membangun Keunggulan Bersaing (Studi kasus di PT PLN BATUBARA)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Maret 2021

Pembimbing Utama

**(Dr. Henni Gusfa, M.Si)**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : Andy Kurniady  
NIM : 55218120021  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Konsentrasi : *Corporate and Marketing Communication*  
Judul Karya Akhir/ Tesis : Sosialisasi Virtual Budaya Perusahaan Dalam  
Membangun Keunggulan Bersaing (Studi kasus di  
PT PLN BATUBARA)

Jakarta, 22 Maret 2021

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

  
**(Dr. Henni Gusfa, M.Si)**

Direktur Program Pascasarjana



**(Prof., Dr. Ing. Mudrik Alaydrus)**

Ketua Program Studi

Magister Ilmu Komunikasi



**(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**PROGRAM PASCA SARJANA**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

### **PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa seluruh tulisan dan pernyataan dalam Tesis ini:

Judul Karya Akhir/ Tesis : Sosialisasi Virtual Budaya Perusahaan Dalam Membangun Keunggulan Bersaing (Studi kasus di PT PLN BATUBARA)

Nama Lengkap : Andy Kurniady  
N I M : 55218120021  
Program : Magister Ilmu Komunikasi  
Tanggal : 22 Maret 2021

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 22 Maret 2021



**Andy Kurniady**



**UNIVERSITAS MERCU BUANA**  
**PROGRAM PASCA SARJANA**  
**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK***

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

Nama : Andy Kurniady

NIM : 55218120021

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “**SOSIALISASI VIRTUAL BUDAYA PERUSAHAAN DALAM MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING (STUDI KASUS DI PT PLN BATUBARA)**” telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 14 Maret 2021 didapatkan nilai persentase sebesar 6%.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 14 Maret 2021  
Administrator Turnitin

**Arie Pangudi, A.Md**

## ABSTRAK

Tantangan keunggulan perusahaan PLN Batubara dimasa pandemi dasarnya adalah sosialisasi budaya virtual yang berkelanjutan. Budaya berkaitan dengan nilai-nilai yang diakui oleh perusahaan sebagai nilai-nilai yang dijunjung tinggi serta menjadi pedoman stakeholder internal dalam berpikir, berinteraksi, dan bertingkah laku dalam menjalani kehidupan di perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan keunggulan, makna, dan sosialisasi virtual budaya PLNBB Terbaik. Paradigma penelitian yaitu konstruktivis metode yang digunakan kualitatif studi kasus dengan teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann. Tujuan dari sosialisasi virtual budaya PLNBB Terbaik pada saat pandemi covid-19 adalah membuat pegawai mendapatkan informasi dan paham budaya perusahaan, selain itu mengajak pegawai untuk terlibat dalam program korporat serta termotivasi senantiasa mendorong perubahan di lingkungan perusahaan.

Kata kunci: Sosialisasi, Budaya Perusahaan, Keunggulan Bersaing



## ABSTRACT

*The main challenge for the excellence of the PLN Coal Company during the pandemic is the socialization of a sustainable virtual culture. Culture is related to the values recognized by the company as values that are upheld as well as being a guideline for internal stakeholders in thinking, interacting, and behaving in living life in the company. The purpose of this research is to explain the advantages, meanings, and socialization of the virtual culture of the Best PLNBB. The research paradigm is the constructivist method used in qualitative case studies with the social construction theory of Berger and Luckmann. The purpose of the best PLNBB virtual culture socialization during the Covid-19 pandemic is to make employees get information and understand the corporate culture, besides inviting employees to be involved in corporate programs and motivated to always encourage change in the company environment.*

*Keywords: Socialization, Corporate Culture, Competitive Advantage*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada ALLAH SWT, atas Rahmat dan Hidayahnya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul " Sosialisasi Virtual Budaya Perusahaan Dalam Membangun Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Di PT PLN BATUBARA)". Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.Ikom). Dalam pembuatan tesis penulis mendapat banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ucapkan banyak terima kasih kepada:

- Bpk Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Ketua Program studi Magister Ilmu Komunikasi atas segala perhatian dan bantuannya.
- Ibu Dr. Henni Gusfa, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan juga inspirasi.
- Bpk Rizki Briandan, Ph.D selaku dosen penelaah yang telah memberikan arahan, saran, dan bimbingan.
- Keluarga: Orang tuaku, mertuaku, istriku Endah, dan anakku Alvin yang telah memberikan motivasi, dukungan dan doanya.
- Bpk. Djoko Martono dan keluarga yang telah mensupport, memotivasi, dukungan dan doanya.
- Bpk. Hartanto Wibowo yang telah memotivasi dan doanya.
- Seluruh Direksi, *Senior Leader* (Bu Fanina, Pak Budhi), rekan-rekan Karyawan PT PLN Batubara (Mega, Fitya, Suprihati) dan seluruh teman-teman PLN Batubara atas doa dan bantuannya
- Seluruh rekan-rekan kelas pagi UMB Pascasarjana (Syarif, Tjam, Novinda, Noviska) atas doa dan dukungannya.

Dengan keterbatasan pengalaman, ilmu maupun pustaka yang ditinjau, penulis menyadari bahwa tesis ini sempurna dengan kekurangannya oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi penulis untuk penelitian dan penulisan karya ilmiah di masa yang akan datang. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga tesis ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Jakarta, 22 Maret 2021

**(ANDY KURNIADY)**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN SIMILARITY</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	10
1.3. Fokus Penelitian .....	10
1.4. Maksud Penelitian dan Tujuan Penelitian.....	10
1.4.1. Maksud Penelitian .....	10
1.4.2. Tujuan Penelitian .....	11
1.5. Manfaat Penelitian .....	11
1.5.1. Manfaat Teoritis .....	11
1.5.2. Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	12
2.1. Penelitian Terdahulu .....	12
2.2. Kajian Teoritis.....	25
2.2.1. Konsep Sosialisasi.....	25
2.2.2. Teori Konstruksi Sosial atas kenyataan Berger & Luckmann .....	26
2.2.3. Budaya Perusahaan .....	28
2.2.4. Keunggulan Bersaing .....	31
2.2.5. Kerangka Pemikiran.....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	35
3.1. Obyek Penelitian .....	35
3.2. Paradigma Penelitian.....	35
3.3. Metode Penelitian.....	36
3.4. Key dan Informan .....	36



3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6. Teknik Analisis Data.....	38
3.7. Teknik Keabsahan Data .....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian di PT PLN Batubara.....	40
4.1.1. Profil Perusahaan .....	40
4.1.2. Sejarah Singkat.....	43
4.1.3. Visi, Misi, dan Motto PT PLN Batubara.....	44
4.1.4. Budaya Perusahaan PT PLN Batubara.....	44
4.1.5. Struktur Organisasi PT PLN Batubara .....	47
4.1.6. Fungsi Manager <i>Human Capital</i> dan <i>Corporate Secretary</i> dalam Sosialisasi.....	48
4.2. Hasil Penelitian .....	49
4.2.1. Makna dan pentingnya Budaya PLNBB Terbaik.....	57
4.2.2. Motif Perubahan Budaya 4 C Menjadi Budaya PLNBB Terbaik .....	59
4.2.3. Team Coal Ranger dalam Sosialisasi PLNBB Terbaik.....	61
4.2.4. Sosialisasi Budaya PLNBB Terbaik dilingkungan PLN Batubara .....	63
4.3 Pembahasan.....	68
4.3.1. Motif budaya PLNBB Terbaik dalam membangun keunggulan bersaing ..	68
4.3.2. Makna budaya PLNBB Terbaik dalam membangun keunggulan bersaing	69
4.3.3. Sosialisasi Virtual Budaya PLNBB Terbaik dalam membangun keunggulan bersaing.....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>76</b>
5.1. Kesimpulan .....	76
5.2. Saran.....	77
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	