



**PERAN *PUBLIC RELATIONS* PT. SRIWIJAYA AIR DALAM
MENGKOMUNIKASIKAN BUDAYA PERUSAHAAN TERHADAP
*PUBLIC INTERNAL***

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun oleh :

Resa Apsari

44215120038

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Resa Apsari
Nim : 44215120038
Bidang Studi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan Judul : **Peran *Public Relations* PT. Sriwijaya Air Dalam Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan Terhadap Publik Internal**

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 18 Mei 2020





Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : *Peran Public Relations PT. Sriwijaya Air Dalam
Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan Terhadap
Publik Internal*

Nama : Resa Apsari
NIM : 44215120038
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 18 Mei 2020

Mengetahui,

Pembimbing

DR. Irmulansati. T. SH. MSi



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana


LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **Peran *Public Relations* PT. Sriwijaya Air Dalam
Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan Terhadap
Publik Internal**

Nama : Resa Apsari
NIM : 44215120038
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 18 Mei 2020


Ketua Sidang,
Suryaning Hayati.,M.Ikom

(.....)

Penguji Ahli,
Marwan Mahmudi, M.Si

(.....)

Pembimbing,
DR. Irmulansati. T. SH. MSi

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **Peran *Public Relations* PT. Sriwijaya Air Dalam
Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan Terhadap
Publik Internal**

Nama : Resa Apsari

NIM : 4421512003

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 18 Mei 2020

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



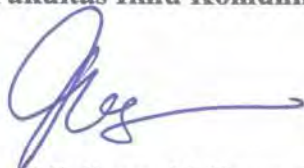
(Dr. Irmulansati. T. SH. MSi)

Ketua Bidang Studi *Public Relations*




(Dr. Elly Yulhawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Resa Apsari
44215120038

Peran Public Relations PT. Sriwijaya Air Dalam Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan Terhadap Publik Internal.
Bibliografi : 5 Bab + Lampiran + 16 Buku + 6 Jurnal + 5 Internet

ABSTRAK

Pada tanggal 9 November 2018 PT. Garuda Indonesia Group melalui anak usahanya PT Citilink Indonesia, mengambil alih pengelolaan operasional Sriwijaya Air Group. Hal ini direalisasikan dalam bentuk Kerjasama Operasi (KSO). Salah satu alasan Garuda Indonesia mengambil alih Sriwijaya Air melalui KSO yaitu karena Sriwijaya Air memiliki permasalahan finansial. Terjadinya akuisisi atau merger pada sebuah perusahaan dapat membuat sebuah budaya perusahaan menjadi berubah. Sebuah perusahaan yang mengalami akuisisi atau merger, otomatis akan merubah budayanya sesuai dengan perusahaan yang memiliki modal lebih besar tersebut. Mungkin perubahan tidak langsung terjadi, tetapi jika terjadi sebuah akuisisi atau merger, akan ada pergantian kepemimpinan, biasanya hal ini adalah pemicu utama perubahan budaya dalam perusahaan yang melakukan akuisisi/merger. Perubahan dalam sisi budaya bukanlah hal yang gampang disikapi di lingkungan internal. Pentingnya budaya perusahaan menyebabkan perlunya keterlibatan semua aspek organisasi di dalam perusahaan. Salah satu peran yang penting dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan adalah *public relations*. Di dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya, seorang praktisi *public relations* memiliki berbagai macam peran, yakni teknisi komunikasi, penasehat ahli, fasilitator komunikasi dan pemecah masalah yang harus berlandaskan etika dan moral yang tinggi.

Penelitian ini menggunakan teori budaya perusahaan dan peran public relations serta konsep budaya perusahaan Schein, E.H. yaitu budaya perusahaan sebagai keteraturan-keteraturan perilaku yang teramati apabila orang berinteraksi, norma-norma yang berkembang dalam kelompok kerja, nilai-nilai yang dominan yang didukung oleh suatu organisasi, filosofi yang mengarahkan kebijaksanaan organisasi, aturan permainan yang harus ditaati untuk dapat diterima sebagai anggota di dalam organisasi, dan perasaan atau iklim dalam suatu organisasi.

Paradigma yang digunakan di dalam penelitian ini adalah Paradigma Konstruktivis. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus. Penelitian ini menggunakan desain studi kasus tunggal holistik. Penelitian studi kasus tunggal holistik (*holistic single-case study*) adalah penelitian yang menempatkan sebuah kasus sebagai fokus dari penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Peran *public relations* PT. Sriwijaya Air dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan terhadap publik internal sudah cukup efektif namun hanya dalam lingkup terbatas karena budaya perusahaan PT. Sriwijaya Air merupakan produk dari *Departemen Human Capital Management* (HCM) peran *public relations* hanya sebatas membantu manajemen organisasi khususnya *Departemen Human Capital Management* (HCM) melakukan aktivitas komunikasi. Segala macam informasi yang menyangkut keberadaan dan operasional organisasi, arus keluar masuknya melalui *public relations*. Dalam kaitan ini *public relations* dipandang memiliki peran vital sebagai suatu jembatan antara organisasi dengan publik internal perusahaan.

Kata Kunci : Budaya Perusahaan, Peran *Public Relations*





The University of Mercu Buana
Faculty of Communication Sciences
Field of Public Relations Studies
Resa Apsari
44215120038

The role of Public Relations of PT. Sriwijaya Air in communicating the company's culture to Internal public.

Bibliografi: 5 Chapters + Attachment + 16 Books + 7 Journals + 4 Internet

ABSTRACT

On 9 November 2018 PT. Garuda Indonesia Group through its subsidiary PT Citilink Indonesia, took over the operational management of Sriwijaya Air Group. It is realized in the form of Operation Cooperation (KSO). One reason Garuda Indonesia took over Sriwijaya Air through the KSO because Sriwijaya Air has a financial problem. The occurrence of a company's acquisition or merger can make a corporate culture change. A company that is experiencing acquisition or merger, will automatically change its culture according to the company that owns the larger capital. It may not be an immediate change to occur, but in case of an acquisition or merger, there will be a change of leadership, usually this is the main trigger of cultural change in the company that does the acquisition/merger. The change in the cultural side is not easy to be addressed in the internal environment. The importance of corporate culture led to the need for involvement of all organizational aspects within the company. One of the important role in communicating the culture of the company is public relations. In the task and responsibilities, a public relations practitioner has a wide range of roles, namely communication technicians, expert advisors, communication facilitators and problem solvers that must be of high ethical and moral basis.

This research uses the company's cultural theories, the role of public relations and the concept of corporate culture of Schein, E.H. which is the corporate culture as the regularity of behavior that is observed when people interact, the norms that develop in the Working Group, the dominant values supported by an organization, the philosophy that directs the organization's wisdom, the rules of the game that must be obeyed to be accepted as a member in the organization.

The paradigm used in this study was the constructivist paradigm. The research methods used in this research are the case studies research methods. The study uses a holistic single case study design. The holistic single-case study study is a study that puts a case into focus of research.

The results showed that the role of public relations of PT. Sriwijaya Air in communicating the company's culture to the public internal has been quite effective but only within limited scope because the culture companies PT. Sriwijaya Air is a product of the department of Human Capital Management (HCM) The role of public relations only to help the management of organizations, especially the Human Capital Management (HCM). All sorts of information pertaining to the existence and operational of the organization, flows out of entry through public relations. In this regard public relations are seen to have a vital role as a bridge between the organization with the internal public company.

Keywords: *Corporate Culture, The Role of Public Relations*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah dan Karunia-nya semata sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul “Peran *Public Relations* PT. Sriwijaya Air Dalam Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan Terhadap *Public Internal*” sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, motivasi dari Dosen Pembimbing, Orang Tua, Suami, Anak, Saudara, Sahabat, dan Teman. Peneliti juga menyadari banyaknya kekurangan, hambatan, dan sebagainya. Namun, berkat doa dan dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Dr. Irmulansati, T,SH, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingannya dengan penuh kesabaran.
2. Bapak Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku ketua bidang studi program *Public Relations*.
4. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.comn,Ph,D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

5. Orang tua tercinta, mama dan papa yang telah mendoakan untuk kesuksesan dan memberikan dukungan kepada saya untuk dapat segera menyelesaikan perkuliahan.
6. Suami dan Anak terkasih, Abdul Basri Gunawan dan Syazani Malika Adreana yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi.
7. Kakak dan Adik, Yosie Contina, Winie Astari dan Rahmat Aulia Aldi Ransah yang memberikan dukungan serta doa.
8. Sahabat seperjuangan, Maulida Fatmala Putri, Uswatun Hasanah, Widi Ajeng Komala yang terus memberikan dukungan dan semangat untuk dapat menyelesaikan skripsi penelitian.

Akhir kata, peneliti mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan penelitian selanjutnya baik dengan tema yang sama atau bersangkutan. Oleh karena itu, peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca pada umumnya.

Jakarta, 10 Maret 2020

Peneliti,

Resa Apsari
44215120038

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus penelitian	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Kajian Teoritis	16
2.2.1. Komunikasi Organisasi	16
2.2.2. Komunikasi Internal	22
2.2.3. Budaya Organisasi	24

2.2.4. Terbentuknya Budaya Perusahaan	26
2.2.5. Public Relations	30
2.2.6. Peran Public Relations	34
2.2.7. Public Relations Internal	36
2.2.8. Public Internal	37

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian	39
3.2. Metode Penelitian	41
3.3. Subjek Penelitian	44
3.4. Teknik Pengumpulan Data	45
3.5. Teknik Analisis Data	46
3.6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Tentang Penelitian	50
4.1.1. Profil Lokasi Penelitian	50
4.1.2. Sejarah Perusahaan	50
4.1.3. Logo PT. Sriwijaya Air	52
4.1.4. Visi dan Misi PT. Sriwijaya Air	53
4.1.5. Nilai-nilai Perusahaan PT. Sriwijaya Air	53
4.1.6. Struktur Organisasi PT. Sriwijaya Air	55
4.1.7. Departemen Corporate Communication PT. Sriwijaya Air	62
4.2. Hasil Penelitian	62

4.2.1. Budaya Perusahaan	63
4.2.2. Peran Public Relations Sebagai Teknisi Komunikasi	71
4.2.3. Peran Public Relations Sebagai Penasehat Ahli	78
4.2.4. Peran Public Relations Sebagai Fasilitator Pemecah Masalah	81
4.2.5. Peran Public Relations Sebagai Fasilitator Komunikasi.....	85
4.2.6. Peran Public Relations PT. Sriwijaya Air Dalam Mengkomunikasikan Budaya Perusahaan Terhadap Publik Internal	88
4.3. Pembahasan.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	98
5.2.Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIR	104



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	13
Tabel 3.1. Subjek Penelitian	44
Tabel 4.1. Tugas dan Tanggung Jawab Corporate Communications	57
Tabel 4.2. Tabel Hasil Penelitian Peran sebagai Teknisi Komunikasi	77
Tabel 4.3. Tabel Hasil Penelitian Peran sebagai Fasilitator Penasehat Ahli.....	80
Tabel 4.4. Tabel Hasil Penelitian Peran sebagai Fasilitator Pemecah Masalah....	85
Tabel 4.5. Tabel Hasil Penelitian Peran sebagai Fasilitator Komunikasi	87



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Logo PT. Sriwijaya Air	52
Gambar 4.2. Struktur Organisasi PT. Sriwijaya Air	55
Gambar 4.3. Struktur Organisasi Departemen Corporate Communications.....	56
Gambar 4.4. Sriwijaya Air <i>Smart Magazine (ESMAC)</i> Aplikasi <i>Mobile Phone</i> ..	75
Gambar 4.5. <i>Internal Office Memo (IOM)</i> Departemen Corporate <i>Communications</i>	76
Gambar 4.6. News Letter PT. Sriwijaya Air.....	76
Gambar 4.7. Media Elektronik (EDPI/ Saluran TV Kantor)	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA