

ABSTRAK

Nama : Sesilia Dea Ramadhani
NIM : 44219010039
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Strategi Komunikasi PT Transjakarta dalam Sosialisasi Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Karyawan Lapangan PT Transjakarta)
Pembimbing : Anindita, S. Pd, M. Ikom

PT Transjakarta adalah perusahaan yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang bergerak di bidang moda transportasi umum diresmikan pada tahun 2004. PT Transjakarta memiliki karyawan sejumlah 6.378 yang terdiri dari karyawan kantor dan karyawan lapangan. Jumlah karyawan lapangan 80% lebih banyak dibanding karyawan kantor, hal ini membuat PT Transjakarta perlu merumuskan strategi komunikasi dalam menyebarkan nilai budaya perusahaan secara tepat dan sesuai sasaran.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan PT Transjakarta dalam mensosialisasikan nilai budaya perusahaan BISA kepada karyawan lapangan. Penelitian ini menggunakan beberapa konsep dan teori yaitu komunikasi organisasi, strategi komunikasi, sosialisasi serta nilai budaya perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada narasumber, observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Transjakarta melakukan beberapa tahapan untuk strategi komunikasi diantaranya perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahap perencanaan, perusahaan mengidentifikasi audiens target yang merupakan karyawan lapangan, dan memilih saluran komunikasi yang sesuai menggunakan pertemuan tatap muka (Kopdarwil, SPLIT, pelatihan, dan *word of mouth* antar karyawan), papan pengumuman, dan media sosial resmi PT Transjakarta. Dalam tahapan pelaksanaan, Kopdarwil relatif santai, interaktif, dan komunikatif dalam hal waktu dan lokasi, sehingga memudahkan karyawan PT Transjakarta, meskipun kadang-kadang sulit untuk menyesuaikan jadwal dengan pekerjaan pada hari tersebut. Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi terhadap pemahaman dan adopsi nilai budaya perusahaan oleh karyawan lapangan dengan cara *pretest* dan *post test*. Namun, ditemukan beberapa anomali, seperti karyawan yang menghadiri Kopdarwil dua kali. Hal ini dapat mempengaruhi pemrosesan data yang tidak valid dan penyebaran informasi yang tidak merata.

Kata kunci : Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Nilai Budaya Perusahaan, Transportasi, PT Transjakarta

ABSTRACT

Name : Sesilia Dea Ramadhani
NIM : 44219010039
Study Program : Communication Science
Title Thesis Report : Communication Strategies of PT Transjakarta in Socializing Company Culture Values (Case Study on Field Employees of PT Transjakarta)
Counsellor : Anindita, S. Pd, M. Ikom

PT Transjakarta is a company managed by the Regional Government-Owned Enterprise (BUMD) engaged in the field of public transportation mode, inaugurated in 2004. PT Transjakarta has 6.378 employees consisting of back office and front liner. The number of PT Transjakarta front liner is 80% more than back office, because front liner scattered in Jabodetabek area. This makes PT Transjakarta need to formulate a communication strategy to disseminate the value of company culture appropriately and on target.

The objective of this research is to understand the communication strategies employed by PT Transjakarta in socializing the company's cultural values to field employees. This study incorporates various concepts and theories such as organizational communication, communication strategies, socialization, and company culture values. The research methodology used is case study, utilizing data collection techniques such as in-depth interviews with key informants and observations.

The research findings indicate that PT Transjakarta follows several stages in its communication strategy, including planning, implementation, and evaluation. In the planning stage, the company identifies the target audience which is the field employees, and selects appropriate communication channels using face-to-face meetings (Kopdarwil, SPLIT, training, and word of mouth among employees), noticeboards, and official social media of PT Transjakarta. The implementation of Kopdarwil is relatively relaxed, interactive, and communicative in terms of time and location, making it easier for PT Transjakarta employees, although it can still be challenging to adjust schedules with work on that day. Finally, the effectiveness of the communication strategy is evaluated using pretest and post test to assess its impact on field employees' understanding and adoption of the company's cultural values. However, some anomalies were found, such as employees attending Kopdarwil twice. This can affect data processing that is not valid and uneven dissemination of information.

Keyword : Communication Strategy, Socialization, Company Culture Values, Transportation, PT Transjakarta