

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya, yaitu strategi internal *public relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta tahun 2014. Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara mendalam dengan informan sebagai bentuk pencarian data yang kemudian akan diteliti dan dianalisis oleh peneliti. Analisis ini lebih terfokuskan pada *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta dalam melaksanakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan, yang kemudian akan dikaitkan kepada beberapa unsur atau indikator dalam kegiatan, kemudian dari sini dapat dilihat apakah *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta telah menerapkan dan menjalankan budaya perusahaan dengan baik. Serta pada pihak SDM (Sumber Daya Manusia) TVRI Yogyakarta sebagai perwakilan pihak perusahaan yang mengurus tentang sumber daya manusia (karyawan) TVRI Yogyakarta dan beberapa karyawan TVRI Yogyakarta sebagai pihak yang menjalankan dan merasakan strategi yang dilakukan oleh *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta.

Informan pada penelitian ini adalah *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta, pihak SDM dan Karyawan TVRI Yogyakarta.

Penelitian ini akan menjadi lebih objektif dan akurat, setelah peneliti mencari informasi-informasi tambahan dengan melihat dokumen-dokumen yang mendukung dalam penelitian ini seperti dokumentasi-dokumentasi kegiatan, hal tersebut dilakukan guna melihat bagaimana *public relations* atau humas dalam melaksanakan tugasnya. Adapun dalam hal ini *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta memiliki beberapa tugas yakni melayani, meningkatkan *brand images* dan citra perusahaan di eksternal perusahaan, menjadi pen jembatan komunikasi dan informasi, membantu pihak manajemen melakukan sosialisasi dan komunikasi mengenai budaya perusahaan atau budaya organisasi dengan melakukan strategi-strategi yang mampu mempermudah dalam penyampaian pesan atau informasi mengenai budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta.

1. Budaya perusahaan TVRI Yogyakarta.

Budaya perusahaan atau budaya organisasi merupakan suatu sistem makna yang diyakini dan dianut oleh perusahaan sebagai pola perilaku maupun cara pandang seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu hal oleh seluruh komponen perusahaan yang bersangkutan. Dimana budaya perusahaan mencakup tentang aturan main yang ada pada sebuah perusahaan yang akan menjadi pegangan dari sumber daya manusianya dalam menjalankan kewajiban dan nilai-nilai untuk berperilaku didalam organisasi atau perusahaan tersebut. Budaya perusahaan merupakan suatu bentuk rantai yang mampu mengikat ujung-ujung tombak sehingga hal tersebut akan mengarahkan

pada kekuatan yang menjadi tujuan perusahaan karena perusahaan yang memiliki budaya perusahaan yang kuat akan mampu bertahan lama dengan semua perkembangan dan persaingan yang ada.

Budaya perusahaan yang dijalankan TVRI Yogyakarta pada tahun 2014 ini merupakan hasil pengembangan dari budaya organisasi atau budaya perusahaan yang sebelumnya telah dijalankan dan diterapkan di TVRI Yogyakarta. Nilai-nilai yang terkandung dalam budaya organisasi atau budaya perusahaan TVRI Yogyakarta telah diatur dalam peraturan pemerintah Republik Indonesia melalui PP RI yang dikeluarkan. Yang selanjutnya peraturan tersebut dijalankan oleh TVRI Pusat dan TVRI Daerah terutama TVRI Yogyakarta sebagai salah satu bagian dari TVRI Pusat, dimana TVRI sendiri merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penyiaran publik.

Pada peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 52 tahun 2010 (PP No.52 Tahun 2010) mengenai disiplin pegawai, terdapat beberapa nilai atau *value* yang diterapkan dan dijalankan TVRI Yogyakarta. Adapun nilai atau *value* tersebut ialah:

- a. Kesetiaan.
- b. Tanggung jawab.
- c. Ketaatan.
- d. Kejujuran.
- e. Kerjasama, dan

f. Kepemimpinan.

Pada tahun 2011, peraturan tersebut diperbarui dan dikembangkan menjadi peraturan pemerintah Republik Indonesia nomor 46 Tahun 2011 (PP No.46 Tahun 2011) yang dikenal dengan SKP. Pada peraturan pemerintahan nomor 46 Tahun 2011, *value* yang termasuk dalam penerapan budaya organisasi atau budaya perusahaan TVRI Yogyakarta terdiri dari 5 *value* yang ditanamkan dan diterapkan di TVRI Yogyakarta. *Value* atau nilai tersebut ialah:

a. Integritas.

Merupakan suatu bentuk kemauan untuk bertindak sesuai dengan nilai, norma dan etika dalam berorganisasi.

b. Komitmen.

Merupakan suatu bentuk kemauan dan kemampuan untuk menyelaraskan sikap dan tindakan karyawan untuk mewujudkan tujuan organisasi dengan mengutamakan kepentingan dinas dari pada kepentingan diri sendiri.

c. Disiplin.

Merupakan suatu bentuk kesanggupan untuk mentaati kewajiban dan menghindari larangan yang telah ditentukan.

d. Kerjasama.

Merupakan suatu bentuk kemauan dan kemampuan untuk bekerjasama dengan rekan sekerja, atasan, bawahan dalam unit

kerjanya serta instansi lain dalam menyelesaikan suatu tugas dan tanggung jawab yang ada.

e. Kepemimpinan.

Merupakan suatu bentuk kemauan dan kemampuan untuk memotivasi serta mempengaruhi bawahan atau orang lain yang berkaitan dengan bidang tugasnya demi tercapainya tujuan organisasi atau perusahaan.

Menurut Anang Wiharyanto selaku staff humas TVRI Yogyakarta, beliau mengungkapkan bahwa:

“Budaya yang dijalankan TVRI Yogyakarta tahun 2014 merupakan pengembangan dari budaya yang dahulu telah diterapkan dan dijalankan oleh TVRI Yogyakarta, budaya tersebut ialah mengembangkan filosofi dari perusahaan. Yang dimana kepada setiap karyawan selalu ditanamkan nilai kedisiplinan, komitmen, kepemimpinan, integritas dan kerjasama. Serta mengutamakan pada nilai-nilai kebudayaan baik dalam berbahasa maupun berperilaku”.(wawancara dengan Anang Wiharyanto, 10 Juli 2015)

Selanjutnya ungkapan tersebut dibenarkan oleh bapak Agus Priono selaku karyawan bagian umum sub bidang SDM, beliau mengatakan bahwa:

“Budaya yang ada di TVRI Yogyakarta merupakan pengembangan dari budaya yang dahulu pernah ada. Yang dimana budaya yang dijalankan oleh TVRI Yogyakarta pada tahun 2014 itu merupakan budaya yang telah dikembangkan. Nilai-nilai yang terkandung dalam budaya tersebut ialah kedisiplinan, kerjasama, kepemimpinan, komitmen, dan integritas. Nilai-nilai yang terkandung dalam budaya tersebut selalu mengutamakan pada sikap dan perilaku dari karyawan, baik dalam berbahasa maupun berperilaku”.(wawancara dengan Agus Priono, 24 Juli 2015)

Dengan adanya budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta dapat memberikan manfaat pada perusahaan itu sendiri, adapun manfaat yang akan didapat dari penerapan budaya organisasi atau budaya perusahaan ialah:

- a) Meningkatkan jiwa gotong royong.
- b) Meningkatkan kebersamaan.
- c) Saling terbuka satu sama lain.
- d) Meningkatkan rasa kekeluargaan.
- e) Membangun komunikasi yang lebih baik.
- f) Meningkatkan produktivitas kerja.
- g) Meningkatkan jiwa kekeluargaan.
- h) Tanggap dengan perkembangan dunia luar.

Manfaat-manfaat yang didapat dari penerapan budaya perusahaan tersebut akan dirasakan dan didapatkan oleh perusahaan yang mampu menjalankan budaya perusahaan dengan baik di dalam perusahaan. Dengan adanya budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta mampu menyamakan persepsi, tingkah laku dan sikap seseorang atau sekelompok orang untuk menjadi seperti yang diinginkan dan diharapkan oleh perusahaan.

Menurut Aida selaku karyawan TVRI Yogyakarta bidang berita, ia menyampaikan bahwa:

“Budaya yang ada, nilai-nilai yang diterapkan dan dijalankan TVRI Yogyakarta mampu memberikan manfaat positif kepada seluruh karyawan, mulai dari sikap kekeluargaan dan kerjasama yang tinggi dari setiap karyawan, selalu menciptakan

komunikasi yang baik dengan rekan sekerja, selalu menerapkan sikap disiplin baik dalam bekerja ataupun dalam masalah kehadiran, sehingga itu semua mampu meningkatkan produktivitas kerja karyawan”.(wawancara dengan Aida, 24 Juli 2015)

Penyampaian tersebut juga dibenarkan oleh Iwung Sri Widati

bidang program, beliau membenarkan bahwa:

“Budaya yang telah dijalani, seta nilai-nilai yang diterapkan dan dijalankan oleh TVRI Yogyakarta memberikan banyak manfaat bagi karyawan dan perusahaan itu sendiri; mulai dari terciptanya rasa kekeluargaan yang tinggi antar karyawan, terjalannya komunikasi yang efektif, disiplin dalam menaati kewajiban yang dijalani dan peningkatan semangat dan kreatifitas yang mampu meningkatkan produktivitas kerja karyawan dan perusahaan”.(wawancara dengan Iwung Sri Widati, 24 Juli 2015)

Nilai-nilai dan manfaat yang terkandung dalam budaya perusahaan, mampu menentukan etika kerja, memberikan arahan pengembangan, mampu meningkatkan produktivitas dan kreatifitas karyawan, serta mampu memotivasi karyawan untuk selalu mengembangkan kualitas TVRI Yogyakarta sebagai televisi publik. Hal tersebut merupakan salah satu bentuk keuntungan-keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan yang menjalankan budaya perusahaan dengan baik. Dari nilai atau *value* yang ada di budaya perusahaan TVRI Yogyakarta mampu menunjukkan dan memberikan hasil yang positif dari penerapan dan pengaplikasian budaya perusahaan. Adapun bentuk aplikasi atau implementasi dan pelaksanaan nilai-nilai budaya perusahaan TVRI Yogyakarta ialah:

a. Integritas.

Nilai ini mampu membentuk sikap dan perilaku karyawan untuk selalu bertindak sesuai nilai, norma, dan etika didalam organisasi atau perusahaan, yakni dengan membentuk dan memberikan rasa keakraban terhadap sesama karyawan dan rekan sekerja, kesungguhan dalam bekerja, saling menghargai satu sama lain di lingkungan sekitar maupun lingkungan kerja, inovatif, berani mengakui kesalahan yang diperbuat, dan mampu bersikap baik; baik dalam berbahasa seperti menggunakan bahasa jawa (kromo halus) maupun baik dalam berperilaku.

b. Komitmen.

Nilai ini mampu menyelaraskan sikap dan tindakan karyawan untuk mewujudkan tujuan perusahaan. Hal ini dapat berupa sikap saling menghargai dan komitmen atas kesempatan yang telah diberikan dengan tetap bertanggung jawab terhadap tugas yang diberikan, selalu berusaha untuk membangun TVRI Yogyakarta agar sesuai dengan tujuan perusahaan.

c. Disiplin.

Nilai yang mampu membuat karyawan selalu mentaati kewajiban dan menghindari larangan yang telah ditentukan. Bentuk pengaplikasian dan implementasi dari nilai kedisiplinan ialah sikap disiplin dalam bersikap, berperilaku dan bekerja baik dalam masalah

kehadiran, pelaksanaan kegiatan hingga peliputan atau pencarian berita dan *deadline* kerja.

d. Kerjasama.

Nilai ini mampu membuat karyawan selalu bekerja secara bersama-sama dalam menyelesaikan suatu tugas atau tanggung jawab yang ada. Implementasi atau aplikasi dari nilai ini ialah selalu menanamkan rasa kerjasama tim (*team work*).

e. Kepemimpinan.

Nilai ini mampu membuat seseorang untuk dapat memotivasi dan mempengaruhi bawahan demi tercapainya tujuan organisasi. Bentuk implementasi atau aplikasi dari nilai kepemimpinan ini ialah mampu memotivasi karyawan untuk selalu semangat dalam bekerja, memotivasi karyawan untuk membangun TVRI Yogyakarta baik dalam program maupun prestasi, serta selalu melakukan komunikasi yang baik secara vertikal maupun horizontal yang mampu mencapai tujuan organisasi.

Dengan semua nilai atau *value* yang terkandung dalam budaya perusahaan TVRI Yogyakarta mampu memberikan keuntungan, manfaat kepada perusahaan agar mampu menentukan etika kerja karyawan, memberikan arahan pengembangan, meningkatkan produktivitas kerja karyawan, meningkatkan kreativitas serta dapat memotivasi dan memberikan semangat kepada karyawan sehingga dapat memotivasi dan memberikan semangat kepada karyawan agar

dapat mengembangkan kualitas TVRI Yogyakarta sebagai televisi publik.

2. Strategi internal dan proses pengkomunikasian serta sosialisasi budaya perusahaan TVRI Yogyakarta.

Dalam perusahaan, keberadaan budaya perusahaan sangat diperlukan karena budaya perusahaan merupakan salah satu faktor baik atau positif dalam pembentukan kinerja dari karyawan guna menyamakan persepsi dan pandangan akan visi dan misi dari perusahaan, sehingga dapat menghasilkan perusahaan yang kuat serta mampu bersaing di dunia bisnis yang bergerak dalam bidang yang sama. Pada TVRI Yogyakarta budaya perusahaan telah dijalankan dengan cukup baik oleh pihak-pihak perusahaan mulai dari manajemen hingga karyawan TVRI Yogyakarta. Budaya perusahaan merupakan sistem makna yang diyakini dan dianut sebagai pola perilaku maupun cara pandang terhadap suatu hal oleh seluruh komponen perusahaan yang bersangkutan.

Sesuai tugas dan peran *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta, *public relations* atau humas dalam hal ini berperan dan bertugas untuk membantu pihak manajemen melakukan komunikasi dan sosialisasi mengenai budaya perusahaan yang diterapkan dan dijalankan oleh seluruh khalayak internal (karyawan) TVRI Yogyakarta dengan strategi-strategi atau cara-cara yang dapat mempermudah dalam pencapaian komunikasi tersebut. Pada umumnya

public relations atau humas TVRI Yogyakarta menggunakan strategi internal dalam melakukan sosialisasi hingga komunikasi mengenai budaya perusahaan.

Hal ini dibenarkan oleh bapak Anang Wiharyanto selaku staff humas TVRI Yogyakarta yang menyampaikan serta membenarkan akan peran dari *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta. Beliau mengungkapkan bahwa:

“Humas berperan untuk melayani, *brand images* perusahaan, melakukan sosialisasi serta penjemabatan dalam komunikasi maupun informasi. Selain itu humas juga berperan dalam pengkomunikasian dan pensosialisasian nilai-nilai yang terkandung dalam budaya organisasi atau budaya perusahaan untuk menumbuhkan *sense of belonging* atau *ways of thinking* yang baik pada karyawan”. (wawancara dengan Anang Wiharyanto, 10 Juli 2015)

Selain menjalankan peran dan tugasnya, seorang *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta juga dituntut untuk mampu menyusun kegiatan, menjalani, mengkomunikasikan dan mensosialisasikan budaya perusahaan yang baik dan efektif guna mempermudah perusahaan dalam penerapan dan pengaplikasian budaya perusahaan tersebut. Untuk menyusun suatu kegiatan atau program, seorang *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta harus menyesuaikan dengan kondisi dari perusahaan sehingga kegiatan tersebut dapat dijalankan dengan baik serta sesuai dengan salah satu tujuan perusahaan yakni mampu mengkomunikasikan dan menerapkan budaya perusahaan dengan baik.

Kegiatan tersebut dilakukan *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta guna membantu pimpinan dalam merumuskan budaya perusahaan (tetapi bukan dalam pembuatan budaya perusahaan), seperti menyusun komunikasi internal maupun eksternal (alat-alat komunikasi/media dan lain sebagainya). Peneliti melanjutkan ke pertanyaan selanjutnya, informasi apa yang disampaikan oleh *public relations* terhadap strategi internal yang dilakukan *public relations* atau humas dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta? Selanjutnya Anang Wiharyanto menjawab:

“Informasi yang berkaitan dengan strategi internal merupakan kecakupan informasi dan efisiensi berbagai saluran komunikasi yaitu dari cara teman sekerja atau sejawat dalam berkomunikasi dan memberikan informasi tentang perusahaan secara keseluruhan. Sehingga tampak jelas bahwa iklim komunikasi dan strategi internal saling berhubungan satu sama lain”.(wawancara dengan Anang Wiharyanto, 25 Mei 2015)

Jadi dapat dikatakan bahwa strategi internal yang dilakukan oleh *public relations* bertujuan untuk menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi atau pesan secara lisan, tertulis atau visual kepada publik sehingga karyawan mempunyai pengertian tentang hal pokok perusahaan dengan segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.

Dimana pelaksanaan strategi internal yang dilakukan oleh *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta guna mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta, *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta memiliki beberapa langkah-

langkah yang dilakukan untuk membentuk dan memelihara hingga mengkomunikasikan budaya perusahaan yang ada di TVRI Yogyakarta. Langkah-langkah yang dilakukan tersebut terdiri dari 4 (empat) langkah utama, yakni pengenalan budaya perusahaan, pemberian rasa kesadaran, menetapkan sasaran serta melakukan perencanaan dan penerapan dari tindakan-tindakan yang akan dilakukan.

Pengenalan budaya perusahaan kepada seluruh karyawan TVRI Yogyakarta merupakan langkah pertama yang dapat dilakukan guna mempermudah dalam pengkomunikasian dan pelaksanaan budaya perusahaan. Dimana budaya perusahaan sendiri merupakan suatu sistem makna yang diyakini dan dianut oleh suatu perusahaan sebagai suatu bentuk pola perilaku maupun cara pandang seseorang atau sekelompok orang terhadap suatu hal oleh seluruh komponen perusahaan yang bersangkutan, oleh karena itu budaya perusahaan dianggap penting untuk dijalankan, dilakukan serta diterapkan oleh perusahaan dan seluruh elemen perusahaan termasuk khalayak internal perusahaan (karyawan). Sehingga humas atau *public relations* sangat perlu mengenalkan budaya perusahaan kepada seluruh karyawan perusahaan. Untuk memperkenalkan budaya perusahaan pada seluruh karyawan TVRI Yogyakarta, humas atau *public relations* melakukan beberapa cara atau langkah untuk membantu mengenalkan budaya perusahaan kepada seluruh karyawan. Adapun cara atau langkah yang

dilakukan ialah mengkomunikasikan dan mensosialisasikan budaya TVRI Yogyakarta; baik pengertian budaya perusahaan, nilai-nilai yang terkandung dalam budaya, kegunaan dan manfaat dari budaya perusahaan itu sendiri. Selain itu humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta juga melakukan kegiatan-kegiatan yang mampu mendukung dalam proses pengenalan budaya perusahaan, seperti memberikan pemahaman dan pembelajaran kepada individu ataupun kelompok melalui forum-forum pertemuan karyawan (1 bulan sekali), rapat (rapat kerja ataupun rapat kegiatan yang dilakukan 1 minggu 2-3 kali), rapat tahunan, dan pemanfaatan media-media internal yang ada.

Forum karyawan yang dilakukan di TVRI Yogyakarta bernama “coffee morning” yang dimana forum ini akan diikuti oleh seluruh karyawan TVRI Yogyakarta. Forum ini dilakukan guna sharing-sharing antara pihak manajemen dan karyawan mengenai keadaan karyawan, kegiatan dan lain sebagainya yang dapat di sampaikan dan dimusyawarahkan. Selain itu forum karyawan ini dilakukan setiap bulan. Sedangkan untuk rapat sendiri dapat digolongkan menjadi beberapa jenis yakni rapat pimpinan (rapat yang akan membahas semua kebijakan yang akan dibuat atau dijalankan di TVRI Yogyakarta. Rapat ini biasanya dilakukan setiap hari kamis), rapat manajemen (rapat ini dilakukan setiap hari selasa), dan rapat evaluasi (rapat ini dilakukan setiap hari rabu). Untuk pelaksanaan rapat, pihak perusahaan mendapatkan respon yang positif dari pihak-pihak yang

menjalankan serta seluruh karyawan karena dari rapat yang dilakukan ini dapat mempermudah komunikasi, sehingga komunikasi dapat terurai dan tidak mampet. Selain itu untuk penggunaan media komunikasi seperti papan pengumuman, media sosial dan lain sebagainya dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan, dimana ketika terdapat informasi serta pesan yang harus disampaikan melalui media yang ada; papan pengumuman, media sosial dan lain sebagainya dapat digunakan sebagai media pendukung.

Setelah memberikan pengenalan mengenai budaya perusahaan kepada seluruh karyawan, langkah kedua yang dapat dilakukan humas atau *public relations* ialah memberikan rasa kesadaran mengenai budaya perusahaan. Kesadaran merupakan suatu bentuk kemampuan dari individu atau kelompok untuk mengadakan atau melakukan hubungan dengan lingkungan serta dengan diri sendiri atau kelompok melalui perhatian yang diberikan. Bentuk tersebut sangat diperlukan dalam pengkomunikasian budaya perusahaan, dimana saat perusahaan mampu memberikan kesadaran yang tinggi kepada karyawan tentang budaya perusahaan maka karyawan akan memberikan perhatian khusus pada pelaksanaan atau implementasi budaya tersebut. Hal tersebut dikarenakan pada diri karyawan sudah tertanam rasa kesadaran akan pentingnya atau perlunya dilaksanakan dan dijalankannya budaya perusahaan. Pemberian kesadaran ini dapat dilakukan dengan memberikan pengertian serta motivasi kepada karyawan baik motivasi

dari pimpinan maupun rekan sejawat. Motivasi kepada karyawan dapat dibangun dengan didasari pada suri tauladan dari seseorang atasan, meliputi pada sikap, moral, kinerja, kecerdasan dan lain sebagainya selain meningkatkan komunikasi informal.

Langkah ketiga yang dapat dilakukan humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta dalam membentuk dan memelihara hingga mengkomunikasikan budaya perusahaan yang ada di TVRI Yogyakarta ialah menetapkan sasaran, sasaran yang dimaksud ialah penjabaran dari tujuan organisasi atau perusahaan, dalam bentuk pencapaian atau hasil yang diharapkan dalam jangka waktu tahunan, semesteran, atau bulanan. Sasaran juga menggambarkan akan hal yang ingin dicapai melalui tindakan-tindakan yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan, oleh karena itu sasaran yang ditetapkan, diharapkan dapat memberikan fokus pada penyusunan program dan kegiatan yang bersifat spesifik, terinci, dapat diukur dan dapat dicapai

No	Sasaran	Target	Capaian/Realisasi
1	Meningkatkan integritas dan komitmen karyawan	<ul style="list-style-type: none"> a. Terbangunnya sikap karyawan yang mampu menyesuaikan diri. b. Terbentuknya sikap saling terbuka satu sama lain dan saling menghargai lingkungan sekitar maupun lingkungan kerja. c. Mampu bekerja secara kompetensi. d. Terbentuknya sikap yang sesuai dengan nilai, norma dan etika. Serta mampu meningkatkan rasa kepercayaan, keyakinan dan kredibilitas yang didukung oleh pernyataan dan tindakan karyawan. e. Terbentuknya komitmen yang tinggi pada karyawan. f. Terbentuknya komunikasi yang efektif dan efisien dari seluruh karyawan. g. Berkomitmen dalam mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan. 	<p>Tercipta dan terlaksananya seluruh target yang diharapkan TVRI Yogyakarta. Dengan menjalankan program-program atau strategi yang dapat mendukung pencapaian target dari sasaran yang ada, yakni:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Melakukan pertemuan-pertemuan internal karyawan. - Melakukan kegiatan internal karyawan. - Memanfaatkan media yang ada guna mempermudah komunikasi. - Melakukan pelatihan untuk karyawan guna mewujudkan keinginan perusahaan ataupun tujuan perusahaan - Membangun komitmen karyawan dengan kegiatan-kegiatan yang ada. - Serta, membuat lingkungan kerja yang efektif dan efisien sehingga mampu memberikan rasa kenyamanan dalam bekerja. Sehingga mampu mendukung terciptanya kreatifitas dan pemikiran-pemikiran baru karyawan.
2	Meningkatkan disiplin karyawan	<ul style="list-style-type: none"> a. Terbangunnya sikap disiplin kerja pada karyawan b. Terbangunnya sikap karyawan untuk selalu tepat waktu dalam setiap pekerjaannya. 	Karyawan mampu menerapkan sikap disiplin baik dalam bekerja (disiplin dalam pelaksanaan tanggung jawab pencarian berita ataupun program), dalam kehadiran (jam kerja sesuai dengan peraturan yang telah ada).
3	Meningkatkan kerjasama pada diri karyawan	Terbangun dan terlaksananya kerjasama yang baik antara karyawan	Karyawan mampu berkerjasama dengan baik, baik secara individu maupun <i>team work</i> dalam pembuatan dan pelaksanaan program.
4	Kepemimpinan	<ul style="list-style-type: none"> a. Membangun motivasi kerja karyawan b. Mampu meningkatkan harmonisasi dalam bekerja. c. Terbangunnya komunikasi yang baik antara karyawan baik secara vertikal maupun horisontal 	Terbentuknya motivasi, semangat yang tinggi dari karyawan sehingga dapat terciptanya harmonisasi dalam bekerja.

Table 1.6 Sasaran, target dan capaian langkah-langkah komunikasi value budaya perusahaan/budaya organisasi. (Arsip Humas TVRI Yogyakarta)

Langkah terakhir yang dilakukan humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta dalam membentuk dan memelihara hingga mengkomunikasikan budaya perusahaan yang ada di TVRI Yogyakarta ialah melakukan perencanaan dan penerapan dari tindakan-tindakan yang akan dilakukan. Dalam hal ini yang dimaksud dengan perencanaan dan penerapan dari tindakan-tindakan yang akan dilakukan ialah cara/langkah/strategi yang akan dilakukan baik dalam bentuk kegiatan ataupun program yang mampu mempermudah dalam pengkomunikasian budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta.

Perencanaan dan penerapan dari tindakan-tindakan yang dilakukan oleh humas atau *public relations* ialah melakukan beberapa strategi hingga kegiatan yang dapat mendukung dalam proses pengkomunikasian budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta. Beberapa kegiatan yang dilakukan humas atau *public relations* dalam penerapan dari tindakan-tindakan ialah pelaksanaan program internal seperti diklat, gathering, gotong royong dan lain sebagainya. Pada tahun 2014 diklat telah dilakukan beberapa kali dengan respon yang sangat positif oleh semua karyawan TVRI Yogyakarta, dimana diklat yang dilakukan tersebut dapat menambah pengetahuan serta pelatihan dan pengalaman bagi karyawan. Diklat tersebut diisi oleh pihak TVRI Pusat, KOMINFO dan STMM “MMTC” Yogyakarta. Sedangkan kegiatan gathering karyawan TVRI Yogyakarta diadakan setiap akhir tahun dengan tanggapan yang sangat positif dari karyawan, gathering ini

dapat berupa outbond ataupun lainnya. Serta beberapa kegiatan lain yang dapat membantu dan mempermudah dalam proses pengkomunikasian budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta.

Langkah-langkah tersebut dibenarkan akan pelaksanaannya oleh Anang Wiharwanto selaku staff humas TVRI Yogyakarta, beliau menyampaikan bahwa:

“Terdapat sejumlah langkah yang dapat ditempuh dalam memelihara dan mengkomunikasikan budaya perusahaan. Langkah awal yang dapat dilakukan adalah mengenalkan tentang budaya perusahaan kepada karyawan, memberikan rasa kesadaran mengenai budaya perusahaan yang *build-in* di dalam organisasi. Serta pada hal-hal yang ditemukan pada usaha itu sendiri dari: norma-norma positif dan norma-norma negatif, atau hal-hal yang hendak dipertahankan atau diperkuat perusahaan”.(wawancara dengan Anang Wiharwanto, 25 Mei 2015)

Selanjutnya beliau mengatakan:

“Langkah selanjutnya adalah menetapkan sasaran-sasaran yang jelas dan dapat diukur, mengenai bagaimanakah perselisihan dapat dikurangi dan norma-norma positif dipertahankan. Sasaran-sasaran program dan sasaran *cultural* yang berupa keyakinan, sikap maupun perilaku. Kegiatan itu disusul dengan perencanaan dan penerapan dari tindakan-tindakan yang secara ideal akan mewujudkan perubahan pada empat dimensi yaitu, pada setiap individu, pada anggota tim sekerja, pada pimpinan, dan pada organisasi secara proses, sistem, kebijakan dan struktur”.(wawancara dengan Anang Wiharwanto, 25 Mei 2015)

Dalam strategi yang dilakukan oleh *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta diperlukan adanya kemampuan yang tinggi dari karyawan atau SDM perusahaan untuk bertindak sesuai dengan nilai, norma dan etika dalam berorganisasi. Yang dimana kemampuan tersebut berkaitan dengan bagaimana publik internal yaitu karyawan

untuk berperilaku konsisten dalam hal kemampuan untuk membentuk tim kerja (*team work*) yang baik, rasa saling memahami, menanamkan keakraban dan kesungguhan dalam bekerja, saling menghargai lingkungan sekitar, bersikap proaktif, disiplin, dan sesuai dengan nilai-nilai yang terkandung dalam budaya perusahaan TVRI Yogyakarta. Hal ini didasarkan pada keterbukaan dan kepercayaan antara perusahaan dengan karyawan, karena kemampuan tersebut dibangun dari sebuah komitmen bersama demi kemajuan bersama yakni kemajuan perusahaan, kemajuan tersebut terletak pada peran dari karyawan itu sendiri.

Kemampuan tersebut merupakan sebagian dari nilai budaya serta norma-norma rasionalitas perusahaan. Bapak Anang Wiharyanto menyebutkan bahwa:

“Bentuk dari kemampuan yang tinggi untuk bertindak sesuai dengan nilai, norma dan etika yang dijalankan oleh TVRI Yogyakarta ialah totalitas. Dimana kemampuan tersebut merupakan nilai spiritual yang mempunyai makna kepercayaan, menekankan kemampuan dalam bertindak sesuai norma, nilai dan etika sebagai landasan utama dalam menerapkan sikap totalitas dalam bekerja dengan dukungan ketulusan hati dan semangat untuk mempersembahkan yang terbaik bagi kesejahteraan karyawan dan perusahaan”.(wawancara dengan Anang Wiharyanto, 10 Juli 2015)

Dengan kemampuan yang tinggi dari karyawan untuk bertindak sesuai dengan nilai, norma, dan etika yang baik dari karyawan TVRI Yogyakarta, karyawan akan mampu menerapkan sikap totalitas kerja yang selalu mengacu kepada norma-norma rasionalitas perusahaan pada penerapan kemampuan untuk bertindak sesuai dengan nilai,

norma dan etika yang ada maka diperlukan pihak yang mampu membantu dalam penerapan dan pelaksanaannya seperti pihak manajemen dan pihak *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta itu sendiri. Selain membantu dalam penerapan dan pelaksanaannya, *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta juga berperan dalam menjalankan *Communication manager* atau sebagai penentu atau motor dalam komunikasi. Dimana *communications manager* ini merupakan suatu bentuk atau cara yang dilakukan oleh *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta dalam menentukan strategi dan model *public relations* yang tidak akan terlepas dari unsur harapan. Harapan yang dimaksud ialah peningkatan citra perusahaan dan pencapaian objektivitas perusahaan, serta mampu menjalin hubungan yang harmonis dengan sesama karyawan di TVRI Yogyakarta. Dengan menerapkan sikap totalitas dan nilai-nilai budaya perusahaan, perusahaan mampu menciptakan dan memberikan pengetahuan, pengertian dan kepercayaan diri dari khalayak internal (karyawan) serta perusahaan akan mampu membangun, mewujudkan, membina dan mengembangkan budaya perusahaan yang diintegrasikan dalam perilaku dan sikap karyawan yang didasarkan pada landasan budaya kerja yang baik.

Untuk menerapkan kemampuan dalam bertindak sesuai nilai, norma dan etika serta menerapkan sikap totalitas pada karyawan TVRI Yogyakarta sebagai bentuk penerapan budaya perusahaan TVRI

Yogyakarta, *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta dapat melakukan strategi serta sosialisasi yang mampu mendukung dalam pengkomunikasian budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta.

Selanjutnya dalam proses komunikasi mengenai strategi internal *public relations*, bapak Anang Wiharyanto selaku staff humas TVRI Yogyakarta menjelaskan sebagai berikut:

“Strategi perusahaan tidak akan berjalan lancar apabila tidak adanya komunikasi dari pihak humas maupun pihak manajemen, maka dari itu bentuk komunikasi perlu diarahkan oleh humas dan pihak manajemen. Pada tahap komunikasi, humas mempengaruhi karyawan dan pada saat yang sama pula karyawan sangat berpengaruh pada budaya perusahaan. Dalam strategi internal setiap individu atau karyawan disosialisasikan oleh organisasi atau perusahaan”.(wawancara dengan Anang Wiharyanto, 10 Juli 2015)

Proses komunikasi yang dilakukan oleh *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta memang sangat diperlukan untuk mempermudah pengkomunikasian dan penyampaian budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta. Proses ini akan lebih mudah dijalankan oleh *public relations* atau humas jika *public relations* atau humas sudah mengetahui apa yang harus dilakukan? dan cara atau strategi apa yang akan dilakukan guna mempermudah penyampaian dan penerapan strategi internal *public relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan. Komunikasi yang dilakukan ini mengenai budaya perusahaan TVRI Yogyakarta yang akan dikomunikasikan dan disampaikan kepada seluruh khalayak internal (karyawan) TVRI Yogyakarta sehingga strategi internal yang

dilakukan oleh *public relations* atau humas dapat diketahui keberadaannya oleh khalayak internal (karyawan) TVRI Yogyakarta.

Adapun strategi internal dan langkah-langkah yang dilakukan oleh humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta ialah menganalisis sasaran khalayak (sasaran yang akan dituju dalam proses pengkomunikasian budaya perusahaan TVRI Yogyakarta), pemilihan media komunikasi (papan pengumuman, media sosial ataupun lainnya), pengkajian tujuan dari komunikasi yang akan dan sudah disampaikan kepada seluruh karyawan, dan peran komunikator dalam proses komunikasi (proses pengkomunikasian budaya perusahaan TVRI Yogyakarta).

Peneliti melanjutkan pertanyaan selanjutnya “Apa bentuk sosialisasi dari strategi internal *public relations* atau humas dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta?” Bapak Anang Wiharwanto menjawab:

“Salah satu bentuk sosialisasi yang dilakukan yaitu memproses informasi di lingkungan perusahaan serta mengadakan identifikasi permasalahan dalam kegiatan. Sosialisasi yang diperlukan pada tahap ini adalah komunikasi antara sesama karyawan seperti sosialisasi untuk pemberian pemahaman dan pembelajaran dari individu atau karyawan mengenai suatu aturan dan norma aturan yang terdapat pada budaya perusahaan. Sosialisasi tersebut melibatkan karyawan untuk menjaga iklim organisasi serta pengarahan pekerjaan karyawan”.(wawancara dengan Anang Wiharyanto, 10 Juli 2015)

Kemudian bapak Hari Santoso selaku kepala bidang SDM menambahkan bahwa:

“Sosialisasi disini merupakan pendekatan individual yang berpusat pada tingkah laku karyawan pada kegiatan internal dalam organisasi. Ada beberapa bentuk sosialisasi yaitu berbicara pada kelompok kerja, berinteraksi pada saat rapat atau forum-forum internal, menulis dan mengkonsep surat, penyampaian usulan atau pemikiran melalui forum karyawan”. (wawancara dengan Hari Santoso, 08 Juni 2015)

Segala bentuk komunikasi dan sosialisasi yang dilakukan mempunyai aspek-aspek tertentu yang harus dilaksanakan guna mendukung berjalannya strategi dari program atau kegiatan perusahaan. Dalam tahap ini setelah melakukan sosialisasi mengenai strategi dan budaya perusahaan TVRI Yogyakarta maka *public relations* atau humas dapat merencanakan dan mengambil langkah strategi yang dapat dilakukan guna mempermudah dalam menyampaikan serta mengkomunikasikan budaya perusahaan. Dimana pada tahap ini langkah-langkah yang akan dilaksanakan dan dilakukan sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang dapat mempengaruhi langkah-langkah tersebut menjadi penting untuk dilaksanakan. Langkah-langkah tersebut berlangsung secara terarah dan terorganisir, pada aspek-aspek ini langkah tersebut benar-benar direncanakan untuk mengkoordinasikan suatu bentuk langkah dari strategi internal *public relations*.

Dengan adanya budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta, perusahaan akan memandang karyawan sebagai pihak publik utama

yang paling penting dalam menciptakan dan menerapkan budaya perusahaan yang baik, menarik, efektif dan mampu mempertahankan kinerja karyawan menjadi lebih produktif, kreatif dan inovatif. Hal-hal tersebut merupakan unsur yang berkaitan dengan orientasi dalam suatu bentuk kegiatan atau program yang dilakukan oleh perusahaan.

Dalam merumuskan tata penyampaian unsur program yang telah sesuai dengan apa yang direncanakan dan ditujukan kepada internal atau karyawan, *public relations* dapat melaksanakan beberapa cara atau strategi yang dapat dilakukan perusahaan dalam memantau dan mempertimbangkan keefektifan guna membangun, mengkomunikasikan dan memelihara budaya perusahaan yang dilandasi dengan budaya kerja.

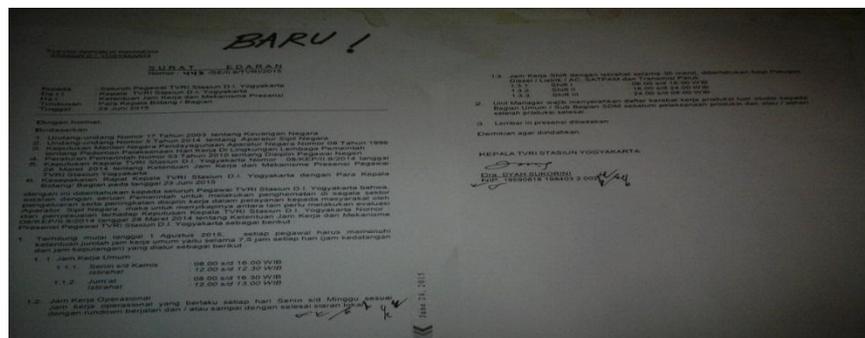
Peneliti melanjutkan pertanyaan selanjutnya “Strategi apa saja yang dilakukan dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta?” selanjutnya Anang Wiharyanto menjawab:

“Humas mengkomunikasikan nilai-nilai budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta dengan cara melakukan forum-forum karyawan, gathering, membangun komunikasi yang baik dengan seluruh karyawan, memanfaatkan media-media internal yang ada di TVRI Yogyakarta (papan pengumuman, media internal karyawan), melakukan pengembangan beberapa sektor yang mampu mempermudah dalam penyampaian dan pengkomunikasian budaya perusahaan, selain itu juga melakukan sosialisasi mengenai nilai-nilai budaya perusahaan kepada seluruh karyawan, dan membantu dalam pelaksanaan dan pengimplementasian dari budaya perusahaan”.(wawancara dengan Anang Wiharyanto, 10 Juli 2015)

Selanjutnya Aida selaku karyawan TVRI Yogyakarta bidang berita, juga membenarkan tentang strategi yang telah dijalankan oleh *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta beserta pihak manajemen dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan. Beliau menyampaikan dan menambahkan bahwa:

“Humas mengadakan pertemuan-pertemuan yang membahas tentang budaya organisasi atau budaya perusahaan (pertemuan perbidang maupun keseluruhan), penempelan pengumuman di papan pengumuman tentang implementasi dari budaya perusahaan, pemanfaatan media internal, kepekaan pimpinan untuk mengajarkan serta memberi tahu tentang pentingnya menjalankan budaya perusahaan, dan beberapa kegiatan internal”.(wawancara dengan Aida, 24 Juli 2015)

Beberapa dokumentasi kegiatan atau proses pelaksanaan strategi internal *public relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta.



Gambar 1.6 Penggunaan media papan pengumuman.



Gambar 1.7 Forum karyawan



Gambar 1.8 Gathering karyawan



Gambar 1.9 Pelatihan dan penyegar penyiar dan presenter 2014

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan TVRI Yogyakarta biasanya dilakukan sesuai *time line* atau waktu yang telah direncanakan dan dirancangan sebelumnya seperti pada kegiatan forum karyawan (dilakukan 1 bulan sekali), rapat (dilakukan 1 atau 2 minggu sekali, sesuai kebutuhan), gathering (1 tahun sekali) dan lain sebagainya. Dalam pelaksanaan kegiatannya perusahaan pasti akan menumbuhkan hasil, dan hasil kegiatan internal *public relations* disini berupa perubahan sikap atau perilaku baik yang berkenaan dengan karyawan, nilai-nilai dominan yang dipegang oleh organisasi, norma-norma yang diterapkan dalam bekerja, aturan-aturan main untuk berelasi dengan baik dalam berorganisasi yang harus dipelajari oleh anggota baru agar dapat diterima oleh organisasi,

tingkah aku dalam berinteraksi yang rutin dilakukan serta perasaan atau suasana yang diciptakan dalam organisasi.

Hasil dari penerapan dan pengkomunikasian budaya perusahaan tersebut bukan hanya akan dirasakan oleh perusahaan saja, melainkan karyawan juga dapat merasakan hasil dari penerapan dan pengkomunikasian budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta. Mulai dari memberikan hasil pada peningkatan motivasi dan semangat bekerja pada karyawan TVRI Yogyakarta serta beberapa hasil lainnya yang akan didapatkan oleh perusahaan dan karyawan dalam penerapan dan pengkomunikasian budaya perusahaan. Hal ini juga dibenarkan oleh Agus Priono selaku staff bagian umum sub bidang SDM yang menyatakan bahwa:

“Budaya perusahaan merupakan salah satu point yang mampu meningkatkan motivasi dalam bekerja sehingga lebih membuat individu menjadi lebih terorganisir dan terarah. Serta dengan adanya budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta mampu memberikan rasa semangat baik dalam bekerja maupun menjalani kegiatan atau program dari perusahaan”.(wawancara dengan Agus Priono, 24 Juli 2015)

Selanjutnya Aida selaku staff bidang berita menambahkan:

“Keberadaan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta mampu meningkatkan motivasi dalam bekerja karena mampu memotivasi untuk selalu bekerja secara terarah, terorganisir dan terstruktur. Dengan keberadaan budaya perusahaan serta *reward* dan *punishment* ini merupakan suatu pemantik yang dapat meningkatkan semangat dalam bekerja dan melaksanakan kegiatan perusahaan”.(wawancara dengan Aida, 24 Juli 2015)

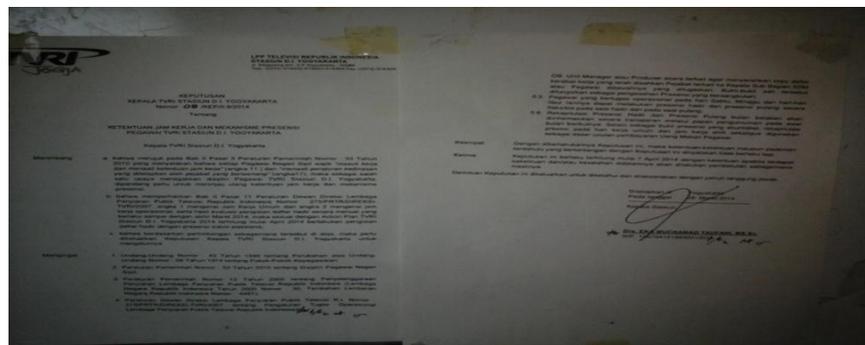
Dengan hasil yang didapat perusahaan, *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta hendaknya mampu membantu dalam mengembangkan dan memelihara budaya perusahaan yang ada sehingga tetap berjalan dengan baik dan sesuai pada tujuan serta keinginan perusahaan. Budaya perusahaan yang dibentuk dalam strategi internal *public relations* ini yaitu merupakan suatu bentuk pola, sikap, keyakinan, asumsi dan harapan yang dimiliki bersama yang kemudian menjadi pegangan dalam melakukan interaksi antar karyawan untuk mencapai tujuan perusahaan. Budaya perusahaan juga dipandang sebagai komponen kunci keberhasilan dan pencapaian misi perusahaan, serta membantu dalam penyelesaian masalah.

Dengan dikomunikasikannya budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta akan mempermudah karyawan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan perusahaan, serta dapat membantu karyawan untuk mengetahui tindakan apa yang seharusnya dilakukan sesuai dengan nilai-nilai yang ada didalam perusahaan dan menjunjung tinggi nilai-nilai tersebut sebagai pedoman karyawan untuk berperilaku yang dapat dijalankan dalam tugas dan pekerjaannya.

Dalam menerapkan budaya didalam perusahaan maka praktisi *public relations* dapat menggunakan beberapa media sebagai salah satu bentuk strategi internal yang dilakukan *public relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan TVRI Yogyakarta, media tersebut ialah papan pengumuman, media sosial karyawan (Facebook

internal karyawan), buku saku pedoman budaya perusahaan dan kinerja karyawan TVRI Yogyakarta (SKP). Dalam hal ini bukan hanya humas yang mengkomunikasikan dan mensosialisasikan budaya perusahaan, akan tetapi pihak manajemen dan seluruh karyawan juga memiliki peran dalam mendukung penerapan budaya perusahaan baik kedalam maupun keluar. Salah satu bentuk dukungan yang dapat dilakukan manajemen dan karyawan dalam menerapkan budaya perusahaan ialah melakukan rapat serta forum-forum karyawan. Rapat dan forum-forum karyawan termasuk salah satu media komunikasi yang digunakan oleh humas dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta. Karena cara tersebut mampu menjangkau banyak karyawan dan dilakukan dengan cepat dan dapat mendorong interaksi antara karyawan sehingga dapat membantu dalam menerapkan budaya perusahaan.

Dibawah ini adalah bentuk-bentuk penggunaan media internal dan beberapa dokumentasi rapat dan forum-forum karyawan di TVRI Yogyakarta.



Gambar 2.0 Pengumuman mengenai nilai kedisiplinan (Jam kerja dan Absensi)



Gambar 2.1 Penggunaan media sosial Facebook



Gambar 2.2 Dokumentasi rapat karyawan (arsip humas TVRI Yogyakarta)



Gambar 2.3 Dokumentasi forum karyawan (arsip humas TVRI Yogyakarta)

Bukan hanya menggunakan media internal karyawan serta melakukan rapat dan forum-forum karyawan dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan TVRI Yogyakarta. TVRI Yogyakarta juga menerapkan budaya perusahaan dengan beberapa cara dan kegiatan yang mampu memberikan hasil yang maksimal sesuai dengan tujuan perusahaan. Ada beberapa cara yang dilakukan oleh TVRI Yogyakarta dalam menerapkan budaya perusahaan, seperti:

1. Selalu menanamkan rasa kerjasama (*team work*) pada karyawan TVRI Yogyakarta.
2. Selalu menanamkan sikap keakraban pada karyawan maupun rekan kerja.
3. Selalu menanamkan sikap saling menghargai, serta menanamkan nilai-nilai positif dalam bekerja pada setiap karyawan TVRI Yogyakarta.
4. Bertutur kata dengan menggunakan bahasa jawa (kromo halus; dilakukan guna melestarikan kebudayaan yogyakarta).
5. Melakukan upacara dalam menyambut hari-hari besar seperti HUT Kemerdekaan, Sumpah pemuda, dan lain sebagainya.
6. Mengadakan kegiatan-kegiatan internal guna mempererat kekeluargaan dan kerjasama dari karyawan seperti tasyakuran, gotong royong, pengajian (mingguan), forum karyawan (1 bulan sekali) dan lain sebagainya.
7. Gathering TVRI Yogyakarta.
Kegunaan dari kegiatan gathering yang dilaksanakan oleh TVRI Yogyakarta adalah:
 - a. Menjalin suatu relasi dan menjaga hubungan baik antara sesama karyawan.
 - b. Saling mempererat hubungan pertemanan antara karyawan yang satu dengan yang lainnya.
 - c. Mempererat kerjasama sesama karyawan.

d. Menghilangkan sejenak beban pekerjaan.

Berikut ini dokumentasi dari beberapa cara yang dilakukan oleh TVRI Yogyakarta dalam menerapkan budaya perusahaan:



Gambar 2.4 Carnival internal TVRI Yogyakarta dalam peringatan HUT Kemerdekaan (arsip humas TVRI Yogyakarta)



Gambar 2.5 Gotong royong karyawan TVRI Yogyakarta



Gambar 2.6 Upacara peringatan HUT Kemerdekaan.



Gambar 2.7 Gathering karyawan TVRI Yogyakarta

Dalam pelaksanaan dan penerapan budaya perusahaan dan budaya kerja yang baik di perusahaan. TVRI Yogyakarta memberikan *reward* kepada karyawan yang berprestasi dan mampu bersikap hingga berbuat sesuai ketentuan perusahaan, serta *punishment* kepada karyawan TVRI Yogyakarta yang melanggar aturan yang sudah ada. Selanjutnya mengenai *reward* dan *punishment* karyawan, Anang Wiharyanto menjelaskan sebagai berikut :

“Didalam sebuah perusahaan pasti akan terdapat pelanggaran yang dilakukan oleh karyawan, mengenai sangsi yang akan dijatuhkan kepada karyawan itu telah diatur dan diurus oleh pihak manajemen. Termasuk juga pada penghargaan, itu semua diatur oleh pihak manajemen dan pimpinan TVRI Yogyakarta”.(wawancara dengan Anang Wiharyanto, 10 Juli 2015)

Jawaban tersebut ditambahkan oleh bapak Hari Santoso selaku kepala bidang SDM TVRI Yogyakarta, beliau mengatakan bahwa:

“Untuk permasalahan *reward* dan *punishment* itu semua sudah diatur oleh pihak pimpinan dan pihak manajemen. *Reward* yang diberikan bisa berupa piagam dan kenaikan pangkat, untuk *punishment* yang diberikan bisa berupa teguran langsung hingga pemberian surat teguran pertama dan seterusnya”.(wawancara dengan Hari Santoso, 08 Juni 2015)



Gambar 2.8 Dokumentasi pemberian piagam penghargaan dan kenaikan jabatan (arsip humas TVRI Yogyakarta)

Pada pelaksanaan kegiatan dan strategi yang dilakukan humas atau *public relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan, terdapat tanggapan mengenai pelaksanaan kegiatan atau strategi yang telah dilakukan. Tanggapan tersebut dapat dilihat dari segi khalayak internal (karyawan) atau khalayak eksternal. Dimana tanggapan tersebut dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam evaluasi ataupun penilaian kesuksesan suatu kegiatan atau strategi.

Menurut Agus Priono selaku karyawan Bagian Umum sub bidang SDM, beliau beranggapan bahwa:

“Strategi dan kegiatan yang dilakukan oleh humas guna mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta sudah cukup efektif dan dapat dipahami oleh karyawan TVRI Yogyakarta”.(Wawancara dengan Agus Priono, 24 Juli 2014)

Selanjutnya anggapan tersebut ditambahkan oleh Ibu Aida selaku karyawan TVRI Yogyakarta Bidang berita, beliau menyampaikan bahwa:

“Strategi dan kegiatan yang dilakukan TVRI Yogyakarta sudah cukup baik tersampaikan kepada seluruh karyawan, karena karyawan sudah mulai menyadari tentang pentingnya budaya organisasi atau budaya perusahaan dalam instansi/perusahaan, selain itu karyawan juga sudah mulai menumbuhkan kesadaran

untuk selalu menjalankan nilai-nilai yang terdapat dalam budaya organisasi”.(Wawancara dengan Aida, 24 juli 2014)

Dengan semua tanggapan yang disampaikan oleh karyawan TVRI Yogyakarta, dapat dilihat bawah strategi dan kegiatan yang dilakukan oleh humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta sebagai bentuk dari tindakan serta langkah-langkah yang dilakukan dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta sudah cukup efisien dan dapat dipahami oleh karyawan sehingga mampu menumbuhkan kesadaran dan mencapai target yang diharapkan oleh perusahaan.

Dalam melakukan kegiatan/program/strategi pasti terdapat hambatan atau rintangan pada pelaksanaannya. Hambatan atau rintangan harus dihadapi oleh perusahaan dengan hati-hati. Bukan sebagai gangguan, tapi lebih seperti hambatan yang dapat dilalui dengan waktu dan kesabaran dalam menjalaninya. Bila dapat dilalui, maka hambatan tersebut akan terlewatkan dengan penanganan yang baik. Faktor penghambat yang dihadapi oleh seorang *public relations* atau humas dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan yaitu sumber daya manusia (karyawan) yang kompeten, memiliki kompetensi tertentu yang dibutuhkan untuk menjunjung keberhasilan pelaksanaan pekerjaan. Hambatan yang dihadapi TVRI Yogyakarta dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan ialah masih terdapat beberapa karyawan yang masih belum bisa memahami atau mengerti mengenai komunikasi yang disampaikan.

Dengan hambatan yang dihadapi oleh perusahaan, perusahaan memerlukan adanya evaluasi dan masukan/kritikan yang mampu membangun perusahaan lebih baik serta mampu mengurangi hambatan serta kekurangan yang dimiliki. Evaluasi sendiri merupakan suatu bentuk penyampaian yang disampaikan oleh karyawan TVRI Yogyakarta untuk mengetahui kekurangan dalam pelaksanaan kegiatan atau strategi yang telah dilakukan. Selain itu evaluasi tersebut juga dapat didukung dengan pemberian masukan untuk memperbaiki kekurangan yang ada.

Bapak Anang Wiharwanto sebagai staff Humas TVRI Yogyakarta, menjelaskan bahwa:

“Evaluasi dalam kegiatan itu ada, namun tidak terdapat evaluasi khusus yang dapat mempengaruhi dalam pelaksanaannya. Evaluasi yang ada hanya pada keefektifan dalam penyampaian dan pemahaman pada karyawan saja. Karena TVRI Yogyakarta hanya melakukan cara atau strategi untuk mengkomunikasikan budaya perusahaan yang dilakukan, sehingga hanya dapat mengevaluasi dari pelaksanaan kegiatan tersebut. Untuk mengevaluasi sikap atau perubahan perilaku karyawan setelah menjalankan budaya perusahaan, itu semua sudah ada dalam aturan yang ada”.(wawancara dengan Anang Wiharwanto, 10 Juli 2015)

Dalam pelaksanaan evaluasi kegiatan atau strategi yang dijalankan oleh humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta pasti memiliki catatan atau dokumentasi hasil evaluasi kegiatan atau strategi, namun dikarenakan peneliti tidak bisa mendapatkan data tersebut karena alasan tertentu dari pihak perusahaan. Walaupun demikian, dalam pelaksanaan kegiatan atau strategi pihak TVRI

Yogyakarta memiliki kegiatan evaluasi yang mampu mendukung dalam proses perbaikankesalahan dan kekurangan yang ada, evaluasi tersebut ialah evaluasi strategi (kegiatan/program).

Bapak Agus Priono sebagai karyawan bidang umum sub bagian SDM, menyampaikan:

“Pihak manajemen dan TVRI Yogyakarta hendaknya memfokuskan pada eksekusi dari budaya yang ada. Baik eksekusi dalam memutuskan *reward* maupun *punishment* sehingga budaya yang ada dapat berjalan dengan baik. Serta budaya organisasi atau budaya perusahaan tersebut akan efektif dan efisien jika pihak manajemen atau pihak TVRI Yogyakarta berani serta tegas dalam mengambil keputusan”. (wawancara dengan Agus Priono, Juli 2015)

Dalam hal ini ibu Aida selaku karyawan di bidang berita juga menyampaikan masukannya mengenai perjalanan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta, beliau menyampaikan:

“TVRI Yogyakarta harus mampu untuk selalu konsisten akan semua kebijakan yang ada, peraturan yang ditetapkan, nilai-nilai budaya organisasi yang ada di TVRI Yogyakarta. Selain itu dalam melakukan penilaian baik untuk *reward* maupun *punishment*, serta budaya organisasi mampu dijalankan dan diterapkan dengan baik oleh pihak manajemen dan seluruh karyawan”.(wawancara dengan Aida, Juli 2015)

B. PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti akan membahas mengenai strategi internal *public relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapatdiketahui apa saja strategi yang dilakukan atasan/pimpinan terhadap pegawai secara timbal balik. Menurut D.Kats dan P.Khan dalam *The Social Psihology of organization* (Wiley, 1966). Dalam penyampaian

pesannya, pesan dapat dipertukarkan dalam tiga arah yakni komunikasi kebawah, komunikasi keatas, dan komunikasi horizontal.

Sebelum melakukan komunikasi mengenai budaya perusahaan TVRI Yogyakarta, pihak manajemen dan humas TVRI Yogyakarta melakukan serta menentukan kerangka dan alur dari perencanaan strategi dan melanjutkan pada tahapan penyusunan strategi komunikasi, yang kemudian nantinya dapat melakukan seluruh kegiatan atau aktivitas komunikasi dan strategi internal *public relations*. Menurut Achsan Permas (2003:38-62) ada tujuh tahap dalam menentukan kerangka kerja perencanaan strategi yakni identifikasi harapan stakeholder, perumusan misi dan visi, penentuan ukuran keberhasilan, analisis SWOT, penetapan sasaran, penetapan strategi, dan penyusunan program implementasi strategi. Dari tujuh tahapan dalam menentukan kerangka kerja perencanaan strategi tersebut, dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa TVRI Yogyakarta hanya melakukan tiga tahapan dalam menentukan kerangka kerja perencanaan strategi. Tahapan penentu kerangka kerja perencanaan strategi yang digunakan oleh TVRI Yogyakarta adalah:

1. Menetapkan sasaran.

Sasaran yang baik adalah sasaran yang SMART (*specific/spesifik, measured/dapat diukur, dan time limit/ada batasan waktu pencapaiannya*). TVRI Yogyakarta telah menentukan sasaran dari penetapan strategi yang ada, dimana hal tersebut merupakan indikator-indikator bahwa organisasi tersebut memiliki rencana yang

jelas dengan hasil yang hendak dicapai. Sasaran-sasaran tersebut memiliki jangka waktu yakni tahunan. Dimana sasaran tersebut akan menggambarkan hal yang ingin dicapai perusahaan melalui tindakan-tindakan yang akan dilakukan guna mencapai tujuan yang diharapkan. Selain itu juga dengan adanya sasaran yang jelas maka dapat dengan mudah untuk membagi semua hal yang berkaitan dengan perencanaan strategi.

Kegiatan yang dilakukan oleh TVRI Yogyakarta untuk mencapai sasaran yang diinginkan dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan atau program yang telah dilakukan oleh pihak TVRI Yogyakarta dan *public relations* dalam menunjang proses komunikasi yang dilakukan melalui berbagai saluran komunikasi baik secara personal ataupun non personal (menggunakan media pembantu). Untuk saluran komunikasi personal yang digunakan oleh TVRI Yogyakarta dan *public relations* ialah pada forum karyawan, pelatihan, rapat-rapat dan pertemuan. Sedangkan saluran komunikasi non personal menggunakan media pengumuman (papan pengumuman) TVRI Yogyakarta dan media online (facebook, dll).

2. Penetapan strategi.

“Strategi merupakan pilihan prinsip cara yang akan ditempuh oleh organisasi untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan” (Achsas permas dkk,2003: 53). Untuk itu TVRI Yogyakarta melakukan penetapan strategi, strategi yang dilakukan adalah strategi

internal *public relations*. Strategi internal *public relations* merupakan strategi yang dilakukan oleh *public relations* atau humas kepada pihak internal perusahaan atau organisasi guna mencapai harapan atau tujuan tertentu. Penggunaan strategi tersebut dianggap efektif untuk sasaran yang telah ditetapkan karena dalam strategi internal mencakup akan segala hal, baik itu proses perencanaan, implementasi dan kontrol atau evaluasi.

Dalam pelaksanaan strategi internal *public relations*, strategi tersebut harus dapat dilakukan dengan sebaik mungkin. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, peneliti dapat melihat bahwa TVRI Yogyakarta telah memiliki dan menetapkan rencana strategi sebagai pedoman atau arah dalam melakukan kegiatan komunikasi. Strategi internal digunakan untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu mengkomunikasikan budaya perusahaan TVRI Yogyakarta kepada seluruh karyawan sehingga dapat dijalankan dan diterapkan dengan baik. Strategi internal ini berusaha mengikuti dan menyesuaikan dengan tujuan dan sasaran yang hendak dicapai dalam proses pengkomunikasian budaya perusahaan. Dimana strategi internal yang dilakukan oleh humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta bertujuan untuk menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi atau pesan secara lisan, tertulis atau visual kepada publik sehingga karyawan mempunyai pengertian tentang hal pokok perusahaan dengan segenap tujuan serta kegiatan yang

dilakukan guna mendukung penerapan dan pengaplikasian nilai-nilai budaya perusahaan TVRI Yogyakarta yakni integritas, komitmen, disiplin, kerjasama dan kepemimpinan.

3. Penyusunan program implementasi strategi.

Menurut Achsan, program terdiri dari rincian kegiatan pokok untuk melaksanakan strategi, sasaran yang akan dicapai untuk setiap kegiatan, penanggung jawaban kegiatan, dan waktu yang dibutuhkan untuk pelaksanaan kegiatan, serta dana yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan (Achsan Perma dkk,2003:61). TVRI Yogyakarta juga melakukan penyusunan program kegiatan yang didalamnya terdiri dari sasaran, target, capaian/realisasi dan perencanaan dan penerapan tindakan-tindakan. Dengan adanya perencanaan program kegiatan yang disusun TVRI Yogyakarta tersebut berarti rencana program kegiatan telah tersusun dengan baik, namun dalam penyusunan program tersebut tidak terdapat penanggung jawab dari setiap kegiatan sehingga dirasa kurang komplit dan juga belum terdapat rincian penggunaan dana dari kegiatan. Menurut peneliti seharusnya dalam rancangan program kegiatan disertakan waktu pelaksanaan dan penanggung jawab kegiatan, agar jelas kapan program tersebut akan dilaksanakan sehingga penanggung jawab dapat bertanggung jawab pada program yang dipegangnya serta seharusnya terdapat rincian dana kegiatan yang akan dikeluarkan.

Dengan menetapkan tahap-tahap perencanaan strategi diatas yaitu menetapkan sasaran, menetapkan strategi dan penyusunan program implementasi strategi, dari itu semua diharapkan seluruh kegiatan dan aktifitas komunikasi budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta yang telah dilakukan oleh humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta dapat berjalan dengan baik dan terorganisir serta terkoordinir. Untuk terciptanya hal tersebut diperlukan usaha yang keras dan sungguh-sungguh dari seluruh staff atau bagian dari TVRI Yogyakarta.

Terdapat empat langkah rencana strategi yang tidak dilakukan oleh TVRI Yogyakarta yaitu identifikasi harapan stakeholder, penentuan misi dan visi, analisis situasi/analisis SWOT, dan penentuan ukuran keberhasilan program. TVRI Yogyakarta mengatakan bahwa tahapan tersebut tidak dilakukan karena identifikasi harapan stakeholder itu sudah terwakili oleh visi dan misi dari TVRI Yogyakarta, walaupun TVRI Yogyakarta merupakan cabang/anak dari TVRI Pusat yang sudah memiliki visi dan misi tetapi TVRI Yogyakarta juga sudah memiliki visi dan misi yang merupakan pengembangan dan penjabaran dari visi misi TVRI Pusat. Sedangkan untuk penentuan ukuran keberhasilan itu dapat dilihat dari pelaksanaan program atau kegiatan nantinya. Serta untuk analisis SWOT tersebut tidak dilakukan karena dirasa sudah terwakilkan dari penetapan sasaran. Dimana menurut peneliti sendiri, keempat langkah yang tidak dipakai atau digunakan tersebut merupakan hal yang penting dan seharusnya dapat dilakukan juga karena langkah tersebut merupakan

serangkaian dari tahap-tahap kerangka kerja dalam perencanaan strategi yang dimana antara tahap satu dengan tahap lainnya tidak terpisah karena saling mempengaruhi.

Setelah melakukan tahapan alur kerangka perencanaan strategi, berdasarkan hasil wawancara dan dokumentasi kegiatan TVRI Yogyakarta dalam menentukan strategi atau cara yang akan dilakukan untuk menentukan program kegiatan yang mampu mendukung proses komunikasi budaya perusahaan maka dilakukan tahap penyusunan strategi komunikasi guna mempermudah dalam merencanakan, menjalankan dan mengembangkan program/kegiatan yang akan dilaksanakan. Menurut Effendy (2005:35-39) terdapat beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam menyusun suatu strategi komunikasi yakni mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peranan komunikator dalam komunikasi. Dalam hal ini langkah-langkah yang dilakukan oleh TVRI Yogyakarta ialah:

a. Mengenali sasaran komunikasi.

Sebelum melakukan komunikasi, perlu mempelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran dalam komunikasi yang akan dilakukan karena hal ini juga bergantung kepada tujuan komunikasi terhadap komunikan, apakah komunikan tersebut menginginkan komunikasi tersebut atau hanya sekedar mengetahui saja. Dalam penelitian ini, dari wawancara yang telah dilakukan dapat diketahui sasaran komunikasi dari TVRI Yogyakarta dan humas adalah seluruh karyawan LPP TVRI

Yogyakarta baik bidang umum, bidang SDM, bidang berita, dan lain sebagainya. Karena komunikasi yang dilakukan oleh humas berhubungan dengan perusahaan yang dijalankan dan diterapkan di TVRI Yogyakarta.

b. Pemilihan media komunikasi.

Untuk mencapai sasaran komunikasi, perusahaan atau organisasi dapat memilih salah satu atau menggabungkan dari media yang ada di dalam perusahaan atau organisasi tersebut, semua itu tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan dicapai dan teknik yang akan digunakan. Media tersebut dapat berupa media tulisan atau cetak, visual, aural, dan audio-visual. Untuk penggunaan media komunikasi di TVRI Yogyakarta, *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta dalam melakukan komunikasi atau penyampaian pesan menggunakan media komunikasi seperti memo, surat edaran, pengumuman, media sosial dan beberapa media lainnya.

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi.

Pesan komunikasi (*message*) mempunyai tujuan tertentu. Hal ini menentukan pada teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Namun apapun teknik yang akan dilakukan, hal pertama yang harus dilakukan ialah komunikasi harus mengerti pesan tersebut. Pesan komunikasi terdiri dari isi pesan (*the content of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa hanya satu, tetapi lambang yang digunakan bisa

bermacam-macam. Lambang yang biasa dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi adalah bahasa, gambar, warna dan sebagainya.

Adapun tujuan utama dari komunikasi yang dilakukan oleh TVRI Yogyakarta adalah untuk menciptakan kesadaran, pengetahuan, menentukan etika kerja karyawan, memberikan arahan pengembangan, dan meningkatkan produktivitas kerja serta kreatifitas karyawan. Sedangkan tujuan jangka pendek dari proses komunikasi budaya perusahaan adalah dapat memotivasi karyawan untuk bekerja dengan baik sesuai keinginan perusahaan, dan tujuan jangka panjang adalah memberikan semangat kepada karyawan agar dapat mengembangkan kualitas TVRI Yogyakarta sebagai televisi publik. Dengan tujuan-tujuan komunikasi yang ada, maka akan jelas juga pesan komunikasi yang akan disampaikan baik isi pesan yang akan disampaikan oleh komunikator (humas atau *public relations*) hingga teknik atau proses yang akan dilakukan. Sehingga humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta mampu menyampaikan pesan komunikasi (tentang budaya perusahaan) sesuai dengan tujuan yang telah ditentukan dan diharapkan dapat tercapai.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi.

Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan atau komunikasi kepada komunikan (penerima pesan). Dalam hal ini, komunikatornya ialah humas atau *public relations*. Humas atau *public*

relations TVRI Yogyakarta berperan dalam proses komunikasi terutama komunikasi budaya perusahaan di TVRI Yogyakarta. Peran tersebut ialah membantu pihak manajemen dalam melakukan komunikasi dan sosialisasi mengenai budaya perusahaan yang diterapkan dan dijalankan oleh seluruh khalayak internal (karyawan) TVRI Yogyakarta dengan melakukan strategi-strategi atau cara-cara yang dapat mempermudah dalam pencapaian komunikasi tersebut. Dengan jelasnya peran komunikator (humas atau *public relations*) dalam komunikasi, maka akan mempermudah dalam proses komunikasi, pembuatan strategi hingga pelaksanaan strategi internal dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan.

Dengan beberapa langkah atau tahapan-tahapan dalam penentuan kerangka perencanaan strategi dan langkah-langkah penyusunan strategi komunikasi yang telah dilakukan TVRI Yogyakarta, maka pihak TVRI Yogyakarta dan humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta dapat dengan mudah menentukan strategi serta program-program atau kegiatan yang akan dilakukan guna mempermudah pihak humas TVRI Yogyakarta dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan TVRI Yogyakarta kepada seluruh khalayak internal (karyawan) TVRI Yogyakarta.

Implementasi strategi internal *public relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan TVRI Yogyakarta.

a. Pengenalan budaya perusahaan

Menurut Martin (1985) “budaya organisasi adalah serangkaian sikap, nilai, keyakinan yang umumnya diciptakan untuk mengarahkan perilaku organisasi”. Dimana dengan diterapkan dan diaplikasikannya budaya tersebut dapat membantu perusahaan atau organisasi untuk membentuk pola perilaku maupun cara pandang yang sama kepada sekelompok orang terhadap suatu hal. Karena budaya perusahaan memiliki keterkaitan dan peran terhadap berbagai aspek dalam kehidupan perusahaan secara menyeluruh, adapun peran dari budaya perusahaan yakni: *pertama*, budaya tersebut dapat memberikan rasa memiliki identitas dan kebanggaan bagi karyawan. *Kedua*, budaya mempermudah terbentuknya komitmen dan pemikiran luas dari pada kepentingan pribadi. *Ketiga*, memperkuat standar perilaku organisasi dalam membangun pelayanan. *Keempat*, budaya mampu menciptakan adaptasi. *Kelima*, membangun sistem kontrol organisasi secara menyeluruh (Purwanto,2008:25-26).

Melihat akan pentingnya budaya perusahaan di dalam tubuh perusahaan atau organisasi, TVRI Yogyakarta selaku perusahaan yang bergerak dalam bidang pertelevisian (lembaga penyiaran publik) juga menerapkan dan mengimplementasikan budaya perusahaan yang ada di TVRI Yogyakarta. Dalam penerapan dan pengaplikasian akan

budaya perusahaan TVRI Yogyakarta, strategi awal yang dilakukan oleh *public relations* atau humas TVRI Yogyakarta adalah memperkenalkan budaya perusahaan kepada seluruh karyawan, yang dimaksud dengan “memperkenalkan budaya perusahaan” disini ialah memperkenalkan tentang nilai-nilai yang terandung dalam budaya perusahaan tersebut. Dari penelitian yang telah dilakukan dan hasil wawancara serta dokumentasi yang didapatkan, diketahui bahwa cara yang dilakukan humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta dalam memperkenalkan *values* budaya perusahaan kepada seluruh karyawan yakni dengan melakukan sosialisai, melakukan forum karyawan, rapat-rapat, pertemuan, dan lain sebagainya.

Menurut peneliti, kegiatan atau langkah yang dilakukan oleh humas atau *public relations* TVRI Yogyakarta dalam memperkenalkan *value* budaya perusahaan kepada seluruh karyawan sudah berjalan dengan baik. Dimana dari perkenalan budaya perusahaan tersebut, karyawan TVRI Yogyakarta mampu mengetahui dan menerapkan *value* budaya perusahaan TVRI Yogyakarta (kerjasama, komitmen, berintegritas, disiplin dalam bekerja, dan memiliki jiwa dan sikap kepemimpinan) serta karyawan juga berperan aktif dalam pelaksanaan kegiatan yang mampu mendukung dalam proses pengkomunikasian hingga implementasi budaya perusahaan itu sendiri. Karena dalam proses pengenalan *value* budaya perusahaan, humas juga melakukan sosialisasi sebagai bentuk pendekatan yang dilakukan baik secara

individual ataupun kelompok sehingga komunikasi yang dibangun pun tidak akan terjadi *miss understanding*, selain itu kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh humas merupakan kegiatan rutin yang dilaksanakan perusahaan dengan stakeholder/sasaran yang jelas yakni karyawan sehingga dapat mempermudah dalam proses pengkomunikasian dan penyampaian pesan mengenai budaya perusahaan atau kebijakan yang berhubungan dengan budaya perusahaan TVRI Yogyakarta.

b. Pemberian rasa kesadaran

Kesadaran merupakan suatu bentuk kemampuan dari individu atau kelompok untuk mengadakan atau melakukan hubungan dengan lingkungan serta dengan diri sendiri atau kelompok melalui perhatian yang diberikan. Bentuk tersebut sangat diperlukan dalam pengkomunikasian budaya perusahaan, dimana saat perusahaan mampu memberikan kesadaran yang tinggi kepada karyawan tentang budaya perusahaan maka karyawan akan memberikan perhatian khusus pada pelaksanaan atau implementasi budaya tersebut. Pemberian kesadaran tersebut dilakukan dengan memberikan pengertian serta motivasi kepada karyawan baik motivasi dari pimpinan maupun rekan sejawat.

Dari penelitian yang telah dilakukan, TVRI Yogyakarta dan humas TVRI Yogyakarta mampu memberikan rasa kesadaran kepada seluruh karyawan untuk dapat mengaplikasikan budaya perusahaan

yang diterapkan di TVRI Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari cara yang dilakukan oleh pihak SDM dan humas dalam memberikan rasa kesadaran kepada karyawan dengan cara memberikan pengetahuan/edukasi tentang budaya perusahaan, memotivasi karyawan untuk selalu bekerja terarah, terorganisir dan terstruktur. Sehingga dapat tercipta lingkungan kerja yang cukup nyaman di TVRI Yogyakarta karena karyawannya sudah menyadari akan pentingnya menjalani budaya perusahaan serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari baik dalam bersikap (disiplin) dan bekerja (*team work*, kepemimpinan, integritas dan komitmen).

c. Program internal dalam pengkomunikasian budaya perusahaan.

a) Diklat

Menurut Undang-Undang Nomor 43 Tahun 1999 tentang Pokok-Pokok Kepegawaian pasal 31 yang mengatur tentang Pendidikan dan Pelatihan Pegawai Negeri Sipil (PNS), mengungkapkan bahwa untuk mencapai daya guna dan hasil yang sebesar-besarnya, maka diadakan pengaturan dan penyelenggaraan pendidikan dan pelatihan PNS. Dimana untuk membentuk sosok pegawai negeri sipil yang dimaksudkan di atas, diperlukan adanya diklat yang mampu mengarahkan pada: Peningkatan semangat dan pengabdian yang berorientasi kepada kepentingan masyarakat, bangsa, negara dan tanah air; Peningkatan kompetensi teknis, manajerial atau kepemimpinan, peningkatan efisiensi, efektifitas,

kualitas pelaksanaan tugas yang dilakukan dengan semangat kerjasama dan tanggungjawab sesuai dengan lingkungan kerja dan organisasi.

Dalam penelitian ini, peneliti melihat bahwa TVRI Yogyakarta melaksanakan diklat sesuai dengan kebutuhan dan tujuan dari pelaksanaan diklat itu sendiri yakni pelaksanaan diklat yang terfokuskan kepada pemberian pengetahuan atau *edukasi* mengenai budaya perusahaan (*value* dan manfaat dari budaya perusahaan). Dimana pada tahun 2014, TVRI Yogyakarta telah melakukan diklat mengenai budaya perusahaan untuk karyawan TVRI Yogyakarta sebanyak 2 kali, diantaranya: diklat yang diisi oleh TVRI Pusat (mengenai budaya perusahaan/budaya organisasi), dan diklat dari Kementrian komunikasi dan informatika (KOMINFO). Menurut peneliti, dengan dilakukannya diklat mengenai budaya perusahaan yang dilakukan oleh TVRI Pusat dan KOMINFO kepada karyawan TVRI Yogyakarta sudah mampu memberikan edukasi kepada seluruh karyawan akan *value* budaya perusahaan dan manfaat dari penerapan budaya perusahaan itu sendiri. Sehingga dari diklat tersebut karyawan mampu mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan dan mampu membentuk sikap serta perilaku karyawan yang selalu berpegang pada *value* budaya perusahaan; kerjasama, disiplin, berintegritas, memiliki sikap kepemimpinan, memiliki komitmen yang tinggi.

b) Gathering

Gathering adalah sebuah kegiatan untuk keluarga besar, komunitas ataupun perusahaan yang dirancang untuk memberikan refreshing bersama dalam satu waktu tertentu dalam satu lokasi {baik didalam ruangan (*indoor*) ataupun diluar ruangan (*outdoor*)} guna mempererat kekerabatan, kekeluargaan serta tali silaturahmi.

TVRI Yogyakarta menjalankan dan melaksanakan Gathering setiap 1 tahun sekali, yang diikuti oleh seluruh karyawan TVRI Yogyakarta. Menurut peneliti, gathering yang dilakukan oleh TVRI Yogyakarta merupakan kegiatan internal yang mampu meningkatkan rasa keakraban, kekeluargaan dan memberikan waktu luang/*refreshing* kepada karyawan TVRI Yogyakarta. Kegiatan yang gathering yang dilakukan oleh TVRI Yogyakarta pada tahun 2014 sudah terbilang baik yang dimana kegiatan ini mendapatkan respon positif dari karyawan baik dari jumlah peserta kegiatan (± 250 orang) hingga pencapaian tujuan dari pelaksanaan gathering ini. Tujuan tersebut berupa meningkatkan semangat, mampu berempati, mampu bekerjasama, dan lain sebagainya. Dimana tujuan-tujuan dari pelaksanaan gathering tersebut dikemas menjadi suatu kegiatan yang mampu menghibur, dan bersifat positif. Dengan demikian gathering yang telah dilakukan oleh TVRI Yogyakarta tahun 2014 ini merupakan salah satu upaya

strategi internal *public relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan yang baik dan efisien.

c) Menumbuhkan rasa kerjasama

Kerjasama merupakan suatu *value* yang selalu diterapkan dalam perusahaan atau suatu organisasi. Dimana kerjasama ini mampu memberikan *feedback* yang positif bagi individu atau kelompok dalam melakukan pekerjaan. Pada penelitian ini, TVRI Yogyakarta selalu menumbuhkan rasa kerjasama kepada karyawannya baik itu dalam bekerja, bersikap dan berperilaku sehingga dapat membantu dalam pelaksanaan kegiatan atau pekerjaan. Dimana TVRI Yogyakarta merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyiaran publik dan didalam setiap pekerjaannya memerlukan kerjasama tim (*team work*). Bentuk kerjasama yang diciptakan di TVRI Yogyakarta ialah kerjasama tim baik dalam pencarian berita, pelaksanaan program/siaran, hingga pelaksanaan aktifitas pekerjaan sehari-hari.

d) Menciptakan lingkungan kerja yang nyaman

Lingkungan kerja yang nyaman merupakan keinginan dari setiap perusahaan atau organisasi, agar publik internal (karyawan/anggota) dapat merasa nyaman sehingga mampu melakukan pekerjaan dengan baik dan mampu mencapai tujuan yang diharapkan perusahaan. Untuk menciptakan lingkungan yang

nyaman dapat dilakukan dengan berbagai cara baik itu kegiatan atau kebijakan dari perusahaan atau pimpinan.

TVRI Yogyakarta dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman melakukan dan menerapkan kebijakan kepada seluruh karyawan untuk mampu menanamkan keakraban, saling menghargai, bertutur kata yang baik, selalu berkomitmen dan bersikap disiplin. Dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman, manajemen dan humas TVRI Yogyakarta melakukan beberapa cara yakni melakukan hubungan dan komunikasi yang baik antara sesama karyawan, menimbulkan rasa kenyamanan ditempat kerja, selalu menciptakan lingkungan kerja yang sportif, serta menggunakan penggunaan bahasa jawa (kromo halus; dilakukan guna melestarikan budaya Yogyakarta) dalam berkomunikasi dengan pimpinan dan sesama karyawan sehingga tidak ada rasa canggung, dan lain sebagainya.

Menurut peneliti, hal-hal yang dilakukan dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman bagi karyawan merupakan suatu bentuk upaya strategi internal *public relations* dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan melalui komunikasi organisasi dan pemberian kebijakan yang mampu memberikan hasil positif kepada karyawan dan perusahaan.

Setelah melakukan serangkaian langkah, rencana kegiatan hingga implementasi kegiatan pengkomunikasian budaya perusahaan TVRI

Yogyakarta baik itu dari tahap persiapan, pelaksanaan maka langkah terakhir yang harus dilakukan adalah evaluasi. Terdapat beberapa definisi evaluasi yang dikemukakan oleh pakar, diantaranya: (Kufman dan Thomas, 1980:4) menyatakan bahwa evaluasi adalah proses yang digunakan untuk menilai.

TVRI Yogyakarta sendiri melakukan evaluasi namun evaluasi tersebut tidak dapat mempengaruhi dalam pelaksanaan. Evaluasi yang dilakukan hanya pada keefektifan dan penyampaian serta pemahaman pada karyawan saja. Karena TVRI Yogyakarta hanya melakukan cara atau strategi untuk mengkomunikasikan budaya perusahaan yang dilakukan, sehingga hanya dapat mengevaluasi dari pelaksanaan kegiatan/strategi saja. Evaluasi strategi adalah dengan mengukur dan melihat apakah terdapat perubahan yang signifikan atau tidak dari strategi yang dilakukan dalam pengkomunikasian budaya perusahaan. Selain itu TVRI Yogyakarta dan humas atau *public relations* mendengarkan saran/pendapat karyawan mengenai budaya perusahaan dan proses pengkomunikasian budaya perusahaan yang telah dilakukan.

Dengan menetapkan rencana strategi yaitu: menetapkan sasaran, penetapan strategi dan penyusunan program implementasi strategi. Kemudian melakukan langkah-langkah penyusunan strategi komunikasi yaitu: mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media komunikasi, pengkajian tujuan pesan komunikasi dan peranan komunikator dalam komunikasi. Selanjutnya melakukan implementasi dari strategi internal

public relations dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan yakni pengenalan budaya perusahaan, pemberian rasa kesadaran, dan pelaksanaan program internal dalam pengkomunikasian budaya perusahaan. Tahap akhir ialah melakukan strategi evaluasi kegiatan dan aktivitas komunikasi budaya perusahaan melalui evaluasi strategi. Menurut peneliti strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas TVRI Yogyakarta dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan sudah cukup baik dan cukup tepatsesuai dengan teori yang adasesuai dengan harapan perusahaan yakni dapat menciptakan perusahaan yang baik dan kuat serta dapat menghindari terjadinya permasalahan internal ataupun *miss communication*. Hal ini dikarenakan menurut peneliti masih terdapat langkah-langkah atau tahapan yang seharusnya dilakukan sepenuhnya dan dijalankan dengan baik guna mensukseskan strategi yang dilakukan dalam mengkomunikasikan budaya perusahaan TVRI Yogyakarta tahun 2014.