

**KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PT. KUNANGO JANTAN
CABANG PEKANBARU DALAM MENERAPKAN
CORPORATE CULTURE**



Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.IKom)

Oleh:

YUNI NURMALISA

NIM. 11643201968

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASAH

Skripsi dengan judul "Komunikasi Persuasif Humas PT. Kunango Jantan Cabang Pekanbaru Dalam Menerapkan Corporate Culture" yang ditulis oleh:

Nama : Yuni Nurmalisa
NIM : 11643201968
Prodi : Ilmu Komunikasi

Telah dimunaqasahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Senin
Tanggal : 28 Juni 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 12 Juli 2021

Dekan,



Dr. Imron Rosidi, S.Pd, MA

NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I

Yantos, M.Si

NIP. 19710112 200701 1 016

Penguji III

Rafdeadi, MA

NIP. 19821225 201101 1 011

Sekretaris/ Penguji II

Yefni, M.Si

NIP. 19700914 201411 2 001

Penguji IV

Edison, M.I.Kom

NIK. 130 417 082

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

ciptamilik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrandas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0781-562223
Fax. 0781-562052 Web www.uin-suska.ac.id E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta melakukan perubahan seperlunya terhadap penulis skripsi saudara:

NAMA : Yuni Nuralisa
NIM : 11643201968
PRODI : Ilmu Komunikasi
JUDUL SKRIPSI : Komunikasi Persuasif Humas PT. Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Menerapkan Corporate Culture

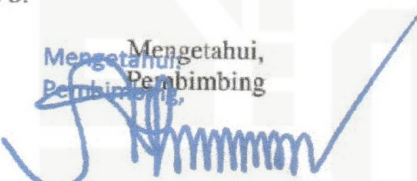
Kami selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa riset skripsi diatas sudah dapat diajukan pada Ujian Skripsi/Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil dalam sidang Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.


Demikian surat ini dibuat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih banyak.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Mengetahui,
Pembimbing


Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 196911181996032001

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
Kendaraan Ilmu Komunikasi


Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 196911181996032001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

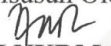


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

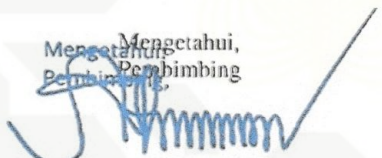
**KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PT KUNANGO JANTAN
CABANG PEKANBARU DALAM MENERAPKAN
CORPORATE CULTURE**

Disusun Oleh:


YUNI NURMALISA
NIM.11643201968

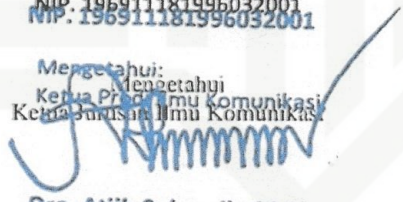
Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal 20 Januari 2021

Mengetahui,
Pembimbing



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 196911181996032001
NIP. 196911181996032001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Komunikasi
Kecamatan Ilmu Komunikasi



Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 196911181996032001

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrandt KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji Pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : YUNI NURMALISA
NIM : 11643201968
Judul : KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PT KUNANGO JANTAN CABANG PEKANBARU DALAM MENERAPKAN CORPORATE CULTURE

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Senin
Tanggal : 19 April 2020

Dapat diterima untuk dilanjutkan Menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Bimbingan Konseling Islam di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 27 April 2020

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I

Penguji II

Rohayati, S.Sos., M.I.Kom
NIK. 130 417 020

Musfiady, M.I.Kom
NIP.19721201 20003 1 003

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yuni Nurmalisa
NIM : 11643201968
Tempat/Tgl lahir : Sicincin/04 Juni 1996
Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul: **“Komunikasi Persuasif Humas PT. Kunango Jantan Dalam Menerapkan Corporate Culture”** ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari akademik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan pihak manapun.

Pekanbaru, Juli 2021

yang membuat pernyataan,



Yuni Nurmalisa

NIM. 11643201968



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id,E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

Pekanbaru, 20 Januari 2021

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1(satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan fakultas dakwah dan ilmu komunikasi
di
tempat

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi saudara:

Nama : Yuni Nurmalisa
NIM : 11643201968
Judul Sripsi : Komunikasi Persuasif Humas PT Kunango Jantan cabang Pekanbaru Dalam Menerapkan *Corporate Culture*

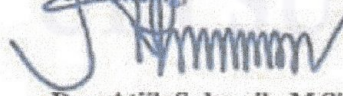
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
Pembimbing


Dra. Ajiyah Sukacsih, M.Si
NIP. 196911181996032001
NIP. 196911181996032001

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

NAMA : Yuni Nurmalisa
NIM : 11643201968
JUDUL : KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PT. KUANANGO JANTAN PEKANBARU DALAM MENERAPKAN CORPORATE CULTURE

Diantara beberapa hal yang dapat mempengaruhi kelancaran sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya adalah faktor komunikasi. Komunikasi persuasif sebagai salah satu metode komunikasi yang ditujukan kepada upaya yang sifatnya mendorong komunikasi agar merubah sikap, pendapat ataupun tingkah lakunya, bukan karena dorongan atau paksaan melainkan kehendaknya sendiri. PT. Kunango Jantan merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang munafacture tiang beton. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif humas PT.Kunango Jantan Pekanbaru dalam menerapkan *corporate culture* dengan metode kualitatif deskriptif, peneliti melakukan penelitian melalui media sosial ataupun *by phone*. Informan penelitian sebanyak 3 orang. Penelitian ini menggunakan teori teknik komunikasi persuasif Onong Uhcjannah Effendy dan *corporate culture* Denison. Temuan penelitian ini menghasilkan bahwa komunikasi persuasif humas PT. Kunango Jantan Pekanbaru dalam menerapkan *corporate culture* dalam perusahaan berikut teknik-teknik komunikasi persuasif yaitu, *pertama*, teknik asosiasi, mengajak dan memotivasi karyawan serta menyajikan fasilitas kerja yang sesuai dengan ketentuan SOP (*standart operational procedure*) perusahaan dan membantu pihak manajemen dalam mensosialisasikan nilai- nilai budaya perusahaan. *Kedua*, dengan cara memanusiakan karyawan seperti senyum, ramah, dan sopan dalam konteks tetap dalam peraturan tegas, bijak dan disiplin. Yang sesuai dengan ketentuan corporate culture. *Ketiga*, memberi iming-iming kepada karyawan dengan memberikan reward atau apresiasi tunjangan agar karyawan tersebut bekerja dengan giat dan semangat untuk mencapai tujuan perusahaan. *Keempat*, menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti oleh para karyawan agar mudah menjalankan insturksi yang telah disampaikan atau di informasikan kepada mereka. *Kelima*, selalu berusaha mengarahkan karyawan agar bekerja sesuai dengan SOP (*Standart Operating Procedure*) *corporate culture*. berdasarkan hasil penelitian peneliti dilapangan bahwa SOP sebagai *corporate culture* yang berdampak baik kepada nilai-nilai serta perilaku para karyawan dalam bekerja.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, Humas, Corporate Culture

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

NAME : Yuni Nurmalisa
NIM : 11643201968
TITLE : *Persuasive Communication Public Relations Pt.Kuanango Jantan Pekanbaru In Implementing Corporate Culture*

Among the things that can affect the smooth running of an organization to achieve its goals is the communication factor. Persuasive communication as one of the methods of communication aimed at efforts that encourage communion in order to change attitudes, opinions or behaviors, not because of encouragement or coercion but his own will. Pt. Kunango Jantan is one of the companies engaged in the manufacture of concrete poles. The purpose of this research is to find out how persuasive communication of PT public relations. Kunango Jantan Pekanbaru in implementing corporate culture with descriptive qualitative methods, peneliti conduct research through social media or by phone. Informant research as many as 3 people. This study uses persuasive communication technique theory onong Uhcjannah Effendy and denison corporate culture. The findings of this study resulted in persuasive communication of PT public relations. Kunango Jantan Pekanbaru in applying corporate culture in the company along with persuasive communication techniques, namely, first, association techniques, inviting and motivating employees and presenting work facilities in accordance with the provisions of sop (standart operational procedure) of the company and assisting management in disseminating the values of the company's culture. Second, by humanizing employees such as smiling, friendly, and polite in the context of staying in strict, wise and disciplined rules. In accordance with the provisions of corporate culture. Third, give lures to employees by rewarding or appreciating benefits so that the employee works diligently and vigorously to achieve the company's goals. Fourth, using language that is easy to understand and understand by employees to easily carry out the insturksi that has been conveyed or informed to them. Fifth, always try to direct employees to work in accordance with sop (Standart Operating Procedure) corporate culture. based on the results of research researchers in the field that SOP as a corporate culture that has a good impact on the values and behavior of employees in work.

Keywords: *Persuasive Communication, Public Relations, Corporate Culture*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum wr.wb

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Komunikasi Persuasif Humas PT. Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Menerapkan *Corporate Culture*”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh Ujian Sarjana ilmu komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun penulis berusaha untuk mempersembahkan skripsi ini sebaik-baiknya agar dapat memiliki manfaat bagi banyak pihak. Oleh karena itu, penulis akan menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak, baik moril maupun materil, sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini dengan ketulusan hati yang paling dalam, penulis mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Drs. H. Surryan A. Jamrah, M.A, Dr. H. Kusnadi M.Pd, dan Drs. H. Promadi, M.A, Ph.D selaku Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Nurdin, M.A Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si, dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta selaku Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, kesempatan, dan memberikan pengarahannya serta nasehat kepada penulis demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Ibu Mardiah Rubani M.Si selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan kepada penulis
7. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama perkuliahan
8. Kepala Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pelayanan dan menyediakan buku-buku yang menjadi referensi penulis selama perkuliahan.
9. Kepada Bapak Dedi Muliadi selaku Manajer HRD, Ibu Siti Afsah selaku Public officer, Bapak Awaludin selaku Asisten Manager Produksi, Bapak Agus Pialdi selaku Pengawas Lapangan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menjadi narasumber di skripsi ini.
10. Alm. bapak Budinar dan Ibu Nurmali selaku orang tua, mereka adalah sosok yang menginspirasi saya sehingga saya bisa melanjutkan di Perguruan Tinggi Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Selayaknya seorang anak saya sangat berterima kasih kepada Ayah dan Ibu yang selalu mendoakan di setiap perjalanan saya hingga saya berada di perguruan tinggi dan selalu mendukung sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini berjalan dengan lancar.
11. Keluarga tercinta Abang Herman Syaputra dan kakak Rahmadani, Abang Irwansyah, Abang Mustafa Kamal dan kaka Baitul, Abang Agus Pialdi dan kakak Nike Yulia, dan adik Rohima Sari dan keponakan Rafasya, Alfatih, Alula dan keluarga besar saya yang tak henti-hentinya selalu memberikan dukungan, semangat, serta motivasi sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12. Untuk Upiak-upiak Okta Sovia, Uffi Azmi, Febrida Safitri yang menjadi teman terbaik selama di perkuliahan dan selalu memberi dukungan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
13. Untuk Bang Ilko Fazendra, S.Pd, terimakasih atas support dukungan dan motivasinya serta selalu memberikan semangat kepada saya saat saya lagi down banget, sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi saya hingga selesai.
14. Untuk teman-teman KKN saya, Isna Rubi Ulfa, Agustina, Sabilla Yeni, Tengku Rizky, Fikri, Insanul, Alhadi, Yogi, Rita, dan Meyda, yang banyak memberi saya pengalaman yang baru selama KKN.

Pekanbaru, November 2020

Penulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Identifikasi Masalah	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
a. Tujuan penelitian	7
b. Kegunaan Penelitian.....	7
F. Sistematika Penulisan	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR.....	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Pengertian Komunikasi Persuasif	9
2. Pengertian Humas	15
3. Corporate Culture.....	16
4. Jenis-Jenis Budaya Organisasi	25
B. Kajian Terdahulu	27
C. Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Jenis Pendekatan Penelitian.....	30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
C. Sumber Data	31
D. Informan Penelitian	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Validitas Data.....	32
G. Teknik Analisis Data.....	34
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	35



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Sejarah PT. Kunango Jantan	35
B. Visi dan Misi	37
C. Jenis Produk PT. Kunango Jantan Pekanbaru	38
D. Customer	39
E. Keterangan Jabatan	41
BAB V PEMBAHASAN	50
A. Hasil Penelitian.....	50
1. Teknik asosiasi	52
2. Teknik integrasi	53
3. Teknik Ganjaran (pay-off technique and fear arousing)	56
4. Teknik Tataan (icing)	57
5. Teknik Red-Herring	58
B. Pembahasan	59
BAB VI PENUTUP	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara umum tujuan perusahaan adalah meningkatkan kesejahteraan pemilik, dengan mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan kesejahteraan pemilik, maka dari itu pemilik serta manajer dan karyawan bertanggung jawab untuk mengelola dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Karena Persaingan antara perusahaan pada saat ini yang semakin ketat menyebabkan perusahaan harus mempertahankan kualitas serta dapat meningkatkan kualitas produk guna dalam memenangkan persaingan tersebut, untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan dijadikan sebagai prioritas utama konsumen dilepas dari peran penting kinerja sumber daya manusianya.

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafasiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian suatu organisasi. Organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Dimana perusahaan yang sedang berkembang saat ini untuk mempertahankan kualitas ataupun meningkatkan kualitas produksi tersebut, perlu kiranya memeberi motivasi terhadap kinerja karyawan mempertahankan hasil produksi ataupun meningkatkan kualitas produksi suatu oraganisasi ataupun perusahaan.

Dengan adanya komunikasi memudahkan kita dalam berinteraksi ataupun berpendapat kepada baik itu atasan ataupun rekan sesama pekerja, Aktivitas komunikasi dalam kehidupan manusia memiliki arti yang sangat luas, Seperti yang sudah kita ketahui secara luas bahwasanya manusia itu makhluk sosial bukan makhluk individual yang memiliki kebutuhan untuk saling berkomunikasi dengan jenisnya. Dimana salah satu dari komunikasi yaitu komunikasi persuasif yang mana merupakan komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Dalam suatu perusahaan sangat diperlukan bentuk komunikasi persuasif, agar perusahaan dapat mengubah atau mempengaruhi karyawan dalam memotivasi pada suatu pekerjaan dan memberi semangat dalam bekerja.

Selain faktor komunikasi didalamnya penting sekali suatu perusahaan mempertahankan eksistensi perusahaan, saat ini persaingan perusahaan di dunia bisnis sudah semakin ketat dan tajam, khususnya diranah perindustrian indonesia saat ini sudah mulai memasuki pasar bebas, dimana produk tersebut harus bersaing diantara ribuan produk sejenis lainnya, baik dari produk lokal maupun internasional. Fenomena ini bagaikan hukum rimba, dimana produk yang menang akan menguasai pasar sedangkan produk yang kalah dapat terpuruk.

Dalam organisasi industri, dikenal berbagai sumber daya yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan organisasi, salah satunya adalah manusia. Akhir-akhir ini, pekerja telah dipandang sebagai sumber daya yang sangat penting dan perlu mendapat perhatian khusus, karena merupakan salah satu unsur pokok yang menentukan tercapainya tujuan organisasi. Tujuan organisasi tidak ada tercapai apabila tidak didukung oleh kepuasan kerja yang dirasakan karyawannya. Kondisi kepuasan kerja yang rendah dapat menyebabkan karyawan bosan dengan tugas-tugasnya, cepat atau lambat tidak dapat diandalkan, menjadi mangkir atau buruk prestasi kerjanya (Kussriyanto, 1991). Sebaliknya, apabila karyawan memperoleh kepuasan kerja maka akan mempengaruhi kondisi kerja yang positif dan dinamis. Kondisi kerja yang dinamis ditunjukkan pada pekerjaan yang memberi kesempatan bagi individu untuk berpikir kreatif, memiliki kebebasan dalam bekerja dan memiliki kontrol terhadap pekerjaannya.

Kepuasan karyawan berhubungan dengan sistem nilai dari masyarakat tempat perusahaan itu berada. Seorang PR sebuah perusahaan bisa saja gagal total, kalau tidak mengerti nilai budaya masyarakat kerja yang menjadi patnernya dalam bekerja. Oleh karena itu, keberhasilan suatu organisasi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sarif Kasim Riau

mencapai tujuannya tidak hanya ditentukan oleh hal-hal yang kasat mata (*tangible*), seperti struktur organisasi, laporan keuangan, aset, gedung dan sebagainya, melainkan juga oleh hal-hal yang tidak kasat mata (*intangible*) (Moeljono, 2003). Salah satu hal yang tidak kasat mata tersebut adalah budaya organisasi.¹

Adanya kesesuaian antara nilai pribadi dengan nilai perusahaan akan menimbulkan kepuasan kerja. Lebih jauh diungkapkan bahwa budaya organisasi membantu perkembangan pemberdayaan karyawan dan rasa percaya pada pihak manajemen sehingga berhubungan dengan kepuasan kerja yang tinggi dan besarnya komitmen organisasi. Hal ini juga diungkapkan oleh Locke (dalam Riyono, 1996) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja sangat berkaitan dengan nilai-nilai yang dipresentasikan melalui budaya organisasi yang dimiliki perusahaan.² Kepuasan kerja ternyata dapat berpengaruh juga terhadap komitmen suatu organisasi. Apabila karyawan berkomitmen pada organisasi, para karyawan mungkin akan bekerja lebih produktif. Karyawan yang berkomitmen terhadap organisasi lebih mungkin untuk mendapatkan kepuasan yang lebih besar. Karyawan yang tidak puas akan pekerjaannya atau kurang berkomitmen pada organisasi akan terlihat menarik diri dari organisasi melalui ketidakhadiran dan *turnover* (tingkat keluar masuknya karyawan) (Mathis dan Jackson, 2001).³

Dalam sebuah organisasi begitu banyak dinamika yang terjadi mulai dari persaingan antar pegawai, kecemburuan sosial, sampai kepada hal-hal yang menjerumus pada merosotnya keberhasilan organisasi. Karena itu, tentunya diperlukan bentuk komunikasi yang tepat guna meredam atau bahkan menghilangkan sama sekali dinamika-dinamika tersebut yang sifatnya merusak atau menghancurkan. komunikasi dalam unit dan sub unit lembaga atau organisasi yang diperlukan. Seperti halnya komunikasi persuasif untuk

¹ Jurnal Ilmu Komunikasi, Klara Innata Arishanti, Vol 3, *Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*, hal 45 (2009).

² "Ibid" hal 45

³ "Ibid" hal 45



memberi informasi dan untuk mempengaruhi anggota atau organisasi dalam perusahaan.

Komunikasi yang melibatkan karyawan dalam tugas perusahaan untuk menjaga iklim lembaga dalam mensupervisi dan pengarahan pekerjaan dan untuk mengetahui rasa kepuasan kerja dalam suatu lembaga atau organisasi yang bertujuan untuk mengubah atau memengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Dalam suatu perusahaan sangat diperlukan bentuk komunikasi perusasisif, agar perusahaan dapat mengubah atau mempengaruhi karyawan dalam memotivasi pada suatu pekerjaan dan memberi semangat dalam bekerja.

PT. Kunango Jantan Group merupakan kelompok perusahaan yang fokus dalam penyediaan, pemesanan, dan distribusi material baja dan beton siap pakai untuk industri konstruksi, kelistrikan, dan pertambangan, telekomunikasi dan perhubungan. Dari tahun ke tahun PT. Kunango Jantan Group berusaha untuk mampu memenuhi kebutuhan pasar dan permintaan yang tinggi akan material baja dan beton. Pada awalnya PT. KUNANGO JANTAN adalah perusahaan yang bergerak dibidang manufacturing and trading Tiang Besi yang beralamat di Jalan By Pass KM 6 Parak Kerakah Padang. Produk Tiang Listrik Besi PT. Kunango Jantan Sejalan dengan tambah berkembangnya perusahaan, maka PT. KUNANGO JANTAN melakukan pengembangan usaha baik dari lokasi maupun diversifikasi usaha. Dengan pengembangan tersebut PT. Kunango jantan mampu membuka lowongan pekerjaan sehingga membantu mengurangi pengangguran. Dengan mempekerjakan dan mampu memberi gaji sekitar seribu karyawan PT. Kunango jantan group, Perusahaan saat ini telah membangun pabrik tiang listrik dari beton dan tiang pancang (spun pile) yang berlokasi di Jl. Raya Pekanbaru – Bangkinang Km. 23 Desa Rimbo Panjang, Kec. Tambang, Kab. Kampar, Provinsi Riau.

Disini penulis melihat fenomena yang terjadi di sebuah perusahaan yaitu PT. Kunango Jantan yang mana menurut pengamatan penulis masih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

kurangnya komunikasi pihak pimpinan dan humas dalam mempengaruhi bawahan atau karyawan dalam menyikapi perubahan corporate culture dalam organisasi perusahaan ini. dan perlu mempelajari lagi asumsi dasar untuk membantu anggota kelompok dalam memecahkan masalah pokok dalam menghadapi kelangsungan hidup, baik dalam lingkungan eksternal maupun internal. Sehingga belum menimbulkan feedback yang baik untuk karyawan. Dalam suatu perusahaan sangat diperlukan bentuk komunikasi persuasif, agar perusahaan dapat mengubah atau mempengaruhi karyawan dalam memotivasi pada suatu pekerjaan dan memberi semangat dalam bekerja. Dalam mempengaruhi ataupun membujuk anggota dan karyawan dalam perusahaan kita harus memiliki retorika yang bagus sehingga dapat mempengaruhi pegawai di perusahaan ini dalam konteks memotivasi agar pekerja lebih semangat dalam melakukan pekerjaannya.

Penulis amat dilapangan, masih kurangnya keterlibatan karyawan PT. Kunango Jantan Group dalam pengambilan kebijakan-kebijakan yang ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini terlihat keputusan atau kebijakan yang diterapkan oleh pimpinan lebih bersifat otoriter. Selain itu penulis juga mengamati masih banyaknya karyawan tidak konsisten terhadap aturan-aturan atau keputusan yang diterapkan oleh perusahaan. Dan penulis juga mengamati masih kurangnya perhatian perusahaan terhadap konsistennya kinerja para karyawan yang sudah disiplin. Perlu kiranya perusahaan lebih perhatikan keputusan dalam membuat misi yang melibatkan karyawan untuk beradaptasi terlebih dahulu dalam keputusan yang mengutamakan keselamatan kerja karyawan dalam menjalankan kegiatan-kegiatan yang menyangkut misi perusahaan tersebut.

Berkaitan dengan tersebut maka komunikasi dirasakan menjadi sangat penting dan merupakan sumber bagi kehidupan dan kedinamisan perusahaan. Melihat fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di PT. Kunango Jantan Group Pekanbaru dari sisi komunikasi persuasifnya dalam menciptakan budaya kerja perusahaan dengan mengangkat penelitian ini adalah “**KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PT KUNANGO JANTAN**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

DALAM MENERAPKAN CORPORATE CULTURE”. Penulis terdorong untuk mengetahui bagaimana kegiatan dan komunikasi persuasif humas perusahaan dalam *corporate culture* yang ada di perusahaan.

B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadinya keraguan dalam penafsiran istilah pada judul, maka penulis perlu untuk menjelaskan istilah-istilah tersebut agar dapat menjadi pedoman dalam penulisan selanjutnya.

1. Komunikasi Persuasif adalah perilaku komunikasi yang bertujuan mengubah, memodifikasi atau membentuk respon(sikap atau perilaku) dari penerima. komunikasi persuasif ialah kemampuan komunikasi yang dapat membujuk atau mengarahkan orang lain.⁴
2. Humas adalah suatu filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik.⁵
3. *Corporate Culture* adalah perekat, yang mana menahan suatu perusahaan agar bersatu. Budaya perusahaan menggabungkan organisasi, norma-norma berperilaku, kebijakannya dan prosedurnya.⁶

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari permasalahan yang diungkap dalam latar belakang masalah. maka dapat dirumuskan suatu masalah yang berkaitan dengan permasalahan yang ditemukan dalam penelitian yaitu “Bagaimana komunikasi persuasif humas PT. Kunango Jantan dalam menerapkan corporate culture?”.

⁴ Morissan”*Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*” Kencana Prenada Media Group Jl. Tandra Raya No. 23 Rawamangun, Jakarta, 2013, hal 23

⁵ H. Frazier Moore, Ph.D. “*Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*” PT Remaja Rosdakarya Jl.Ibu Inggit Garnasih No 40, Bandung,2004, Hal 6.

⁶ Charles Mitchel “*Memahami Budaya Bisnis Internasional*” PPM, Anggota Ikapi, Jl, Menteng Raya 9, Jakarta, Hal. 181.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

D. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengidentifikasi pokok masalah yang akan diteliti yaitu “Bagaimana pengaruh komunikasi persuasif humas PT. Kunango Jantan dalam meningkatkan penerapan corporate culture?”.

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui bagaimana Bagaimana komunikasi persuasif humas PT. Kunango Jantan dalam menerapkan *corporate culture*

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Akademis

- 1) Untuk menambah serta masukan bagi semua pihak yang terkait yang ada di PT. Kunango Jantan dan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 2) Untuk menerapkan disiplin ilmu komunikasi terutama dibidang Public Relations yang diperoleh penulis selama perkuliahan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- 3) Untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna menyelesaikan studi penulisan Strata Satu (S1) Fakultas Dakwah dan Komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

b. Secara Praktis

- 1) Untuk mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang Komunikasi Persuasif Humas PT.Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Menerapkan *Corporate Culture*.
- 2) Hasil Penelitian diharapkan dapat memberikan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan yang ingin melakukan di instansi atau perusahaan yang sama dengan masalah berbeda.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

F. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini terarah, maka perlu ditentukan sistematika penulisan, pengamatan, pelaporan dan analisis serta kesimpulan hasil penelitian. Berikut dipaparkan sistematika penulisan penelitian.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan Latar Belakang, Penegasan Istilah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Kegunaan Penelitian.

BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

Bab ini berisikan tentang, Kajian Teori, Kajian Terdahulu dan Kerangka Pikir.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang, Jenis dan Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu, Sumber Data, Informan Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Validitas Data, Teknik Analisa Data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini berisikan gambaran umum PT. Kunango Jantan Pekanbaru.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisikan hasil penelitian dan pembahasan tentang Komunikasi Persuasif Humas PT. Kunango Jantan Pekanbaru Dalam Menerapkan *Corporate Culture*.

BAB VI : PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Teori

Sebelum diuraikan pengertian komunikasi persuasif, maka akan dijelaskan terlebih dahulu hubungan komunikasi persuasif dengan *corporate culture*, yang mana komunikasi persuasif bertujuan mengubah, memodifikasi atau membentuk respon(sikap atau perilaku) dari penerima. komunikasi persuasif ialah kemampuan komunikasi yang dapat membujuk atau mengarahkan orang lain. Sedangkan budaya perusahaan sebagai sebuah pola yang mengacu ke sistem makna bersama, nilai-nilai dan kepercayaan yang digunakan bersama dalam suatu organisasi dan digunakan sebagai panduan para anggota dalam berperilaku.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan hubungan komunikasi persuasif dengan budaya perusahaan adalah membentuk respon dari sikap atau perilaku anggota dalam suatu organisasi yang mengacu nilai-nilai dan kepercayaan yang telah digunakan bersama sebagai panduan anggota dalam sikap dan perilaku suatu perusahaan.

1. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif (*persuasive communication*) adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain agar berubah sikapnya, opininya dan tingkah lakunya dengan kesadaran sendiri. Istilah “persuasi” atau “*persuasion*” bersumber padaperkataan latin “*persuasio*” kata kerjanya “*persuadere*” yang berarti membujuk atau merayu. Jadi komunikasi persuasif adalah komunikasi yang mengandung bujukan rayuan. Dalam komunikasi persuasif efeknya harus merupakan dampak dalam bentuk perubahan sikap (*attitude*), opini (*opinion*) dan tindakan atau tingkah laku (*behavior*) yang timbul dari kesadaran komunikan. Antara komunikasi koersif dan komunikasi persuasif terdapat kesamaan , yakni berusaha agar seseorang berubah sikapnya, opininya dan tingkah lakunya. Sehingga ia melakukan tindakan atau kegiatan tertentu. Bedanya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ialah pada komunikasi koersif si komunikan melakukan tindakan atau kegiatannya secara terpaksa dikarenakan takut sanksi, sedangkan pada komunikasi persuasif dengan kesadaran sendiri.⁷

a. Pengertian komunikasi Persuasif

Para ahli komunikasi sering kali menekankan bahwa persuasi adalah kegiatan psikologis. Penegasan ini dimaksud untuk mengadakan perbedaan dengan koersi (*coersion*). Tujuan persuasi dan koersi adalah sama, yakni untuk merubah sikap, pendapat perilaku, tetapi persuasi dilakukan dengan halus, luwes, yang mengandung sifat-sifat manusiawi, koersi mengandung sanksi atau ancaman. Perintah, instruksi, bahkan suap, pemerasan, dan boikot adalah koersi.⁸

Menurut Joseph Dominick setiap peristiwa komunikasi akan melibatkan delapan elemen komunikasi yang meliputi : sumber, encoding, pesan, saluran, dekoding, penerima, umpan balik (*feedback*), dan gangguan.⁹ Komunikasi persuasif adalah upaya seseorang dalam mengkomunikasikan pesan kepada orang lain yang sikapnya ingin diubah atau dibentuk dan dirubah pola pikirnya (doktrinisasi). Komunikasi persuasif adalah perilaku komunikasi yang bertujuan mengubah, memodifikasi atau membentuk respon (sikap atau perilaku) dari penerima. komunikasi persuasif ialah kemampuan komunikasi yang dapat membujuk atau mengarahkan orang lain.¹⁰

Menurut Mardia Rubani sebagaimana diketahui komunikasi persuasif adalah proses komunikasi untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.¹¹

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Human Relation Dan Public Relations*, (Bandung, 2004), hal, 81

⁸ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, 2004), hal, 19

⁹ Morissan "Teori Komunikasi Individu Hingga Massa" Kencana Prenada Media Group Jl. Tambora Raya No. 23 Rawamangun, Jakarta, 2013, hal 17.

¹⁰ "Ibid" hal 23.

¹¹ Mardiah Rubani, *Psikologi Komunikasi*, (Pekanbaru: CV Witra Irzani Pekanbaru, 2010) Hal, 3



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Rhenald Kasali, dalam bukunya *Manajemen Public Relations*, mengatakan bahwa prinsip-prinsip yang diajukan oleh Prof. Malvin Sharpe merupakan prinsip-prinsip hubungan manusia modern yang semakin menuntut adanya kerjasama, keterbukaan, dan kejujuran. Prinsip ini berkembang sehubungan dengan perubahan nilai-nilai perusahaan di tengah-tengah masyarakat dan perubahan drastis dari teknologi yang mewarnai seluruh kehidupan manusia.¹²

Menurut Dedy Mulyana, komunikasi persuasif adalah suatu proses komunikasi dimana terdapat usaha untuk meyakinkan orang lain agar publiknya berbuat dan bertingkah laku seperti yang diharapkan komunikator dengan cara membujuk tanpa memaksanya.¹³

b. Unsur-unsur Komunikasi Persuasif

Adapun unsur-unsur dalam proses komunikasi persuasif menurut Sumirat & Suryana¹⁴ yaitu:

1) *Persuader*

Seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain, baik secara verbal maupun nonverbal.

2) *Persuadee*

Seseorang atau sekelompok orang yang menjadi tujuan pesan itu disampaikan/dialurkan oleh *persuader*/ komunikator baik secara verbal maupun nonverbal.

3) *Persepsi*

Persepsi *persuadee* terhadap *persuader* dan pesan yang disampaikan akan menentukan efektif tidaknya komunikasi persuasif yang terjadi. persepsi menurut mar'at (dalam Sumirat & Suryana) merupakan proses pengamatan seseorang yang berasal

¹²Drs. Soleh Soemirat, M.S., Drs. Elbinaro, M.Si. "Dasar-dasar Public Relations", PT Remaja Rosdakarya., Jl. Ibu Inggit Garnasih No.40, Bandung, Hal 15

¹³ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung. PT. Remaja Rosdakarya, 2005) hal, 92

¹⁴ Aen Istianah Afiati, Skripsi, *Komunikasi Persuasif Dalam Pembentukan Sikap*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta, (2015)



dari komponen yang kognisi. Persepsi dipengaruhi oleh faktor-faktor pengalaman, proses belajar, cakrawala, dan pengetahuan seseorang.

4) Pesan Persuasif

Menurut Littlejohn pesan persuasif dipandang sebagai usaha sadar untuk mengubah pikiran dan tindakan dengan manipulasi motif-motif kearah tujuan yang telah ditetapkan. Makna manipulasi dalam pernyataan tersebut bukanlah mengurahi atau menambah fakta sesuai konteks, tetapi dalam arti memanfaatkan faktum-faktum yang berkaitan dengan motif-motif khalayak sasaran. Sehingga tergerak untuk mengikuti maksud pesan yang disampaikan kepadanya.

5) Saluran Persuasif

Saluran merupakan perantara ketika seorang *persuadee* mengoperkan kembali pesan yang berasal dari sumber awal untuk tujuan akhir. Saluran (*channel*) digunakan oleh persuader untuk berkomunikasi dengan berbagai orang, secara formal maupun non formal, secara tatap muka (*face to face communication*) ataupun bermedia (*mediated communication*)

6) Umpan Balik dan Efek

Menurut Sastroseto (Sumirat & Suryana) umpan balik adalah jawaban atau reaksi yang datang dari komunikan atau datang dari pesan itu sendiri. Umpan balik terdiri dari umpan balik internal dan umpan balik eksternal. Umpan balik internal adalah reaksi dari komunikator atas pesan yang disampaikannya. Jadi, umpan balik internal bersifat koreksi atas pesan yang terlanjur diucapkan. Sedangkan umpan balik eksternal reaksi yang datang dari komunikan karena pesan yang disampaikan komunikator tidak dipahaminya atau tidak sesuai dengan keinginan atau harapan.

Sedangkan efek adalah perubahan-perubahan yang terjadi pada diri komunikan sebagai akibat dari diterimanya pesan melalui proses

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

komunikasi (Sastropetro dalam Sumirat & Suryana). Perubahan yang terjadi bisa berupa sikap, pendapat, pandangan dan tingkah laku. Dalam komunikasi persuasif, terjadinya perubahan baik dalam aspek sikap, pendapat maupun perilaku pada diri *persuadee* merupakan tujuan utama. Inilah letak pokok yang membedakan komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya.

c. Pentahapan Komunikasi Persuasif

Demi berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis. Tamaknya suatu formula yang biasa disebut AIDDA dapat dijadikan landasan pelaksanaan. Formula AIDDA merupakan suatu kesingkatan dari tahap-tahap komunikasi persuasif. Penjelasan adalah sebagai berikut.¹⁵

A - *Attention* - Perhatian

I - *Interest* - Minat

D - *Desire* - Hasrat

D - *Decision* - Keputusan

A - *Action* - Kegiatan

Formula tersebut sering pula dinamakan A-A procedure sebagai singkatan dari *attention – action procedure*. Yang berarti agar komunikasi dalam melakukan kegiatan dimulai dahulu dengan menumbuhkan perhatian. Berdasarkan formula AIDDA itu, komunikasi persuasif didahului dengan upaya membangkitkan perhatian. Upaya ini tidak hanya dilakukan dalam gaya bicara dengan kata-kata yang merangsang, tetapi juga dalam penampilan (*appearance*) ketika menghadapi khalayak. Senyum yang tersungging pada wajah yang cerah sudah bisa menimbulkan perhatian pada khalayak.

Apabila perhatian sudah berhasil terbangkitkan, kini menyusul upaya menumbuhkan minat. Upaya ini bisa berhasil dengan

¹⁵ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 2004), hal.25-26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengutarakan hal-hal yang menyangkut kepentingan komunikasi. Karena itu komunikator harus mengenal siapa komunikasi yang dihadapinya. “*know your audience*”, demikian nasihat para ahli komunikasi.

Tahap berikutnya adalah memunculkan *hasrat* pada komunikasi untuk melakukan ajakan, bujukan, atau rayuan komunikator. Disini himbauan emosional (*emotional appeal*) perlu ditampilkan oleh komunikator, sehingga pada tahap berikutnya komunikasi mengambil keputusan untuk melakukan suatu kegiatan sebagaimana diharapkan dari padanya. Tata cara pentapahan komunikasi persuasif, sebagaimana dipaparkan diatas, bisa diketahui hasilnya dalam beberapa saat saja, tetapi juga bisa bertahun-tahun.

d. Teknik Komunikasi Persuasif

Menurut effendy, persuasif merupakan kegiatan psikologi yang bertujuan untuk merubah sikap, perbuatan, dan tingkah laku dengan kesadaran yang disertai dengan perasaan senang agar komunikasi tersebut sasaran dan tujuan, perlu dilakukan perencanaan yang matang. Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen proses komunikasi yang mencakup: pesan, media, dan komunikasi.¹⁶

Adapun hal yang perlu diperhatikan oleh komunikator adalah suatu hal yang berkalitan dengan pengelola pesan. Untuk itu diperlukan teknik-teknik tertentu dalam melakukan komunikasi persiasif. Menurut Effendy, teknik-teknik yang dilakukan dalam komunikasi persuasif, yaitu:¹⁷

1) Teknik Asosiasi

Teknik Asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak.

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, PT. Remaja Rosdakarya,2004), hal. 21.

¹⁷ “*Ibid*”, hal.22-24.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Teknik Integrasi

Teknik integrasi adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan. Hal ini berarti bahwa melalui kata-kata verbal atau non verbal, komunikator menggambarkan bahwa ia “senasib” dan karena itu menjadi satu dengan komunikan.

3) Teknik Ganjaran (*pay-off technique and fear arousing*)

Teknik Ganjaran (*pay-off technique*) kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-iming yang yang menguntungkan atau yang menjanjikan harapan. Sedangkan *fear arousing* adalah menakut-nakuti atau menggambarkan situasi yang buruk.

4) Teknik Tataan (*icing*)

Yang dimaksud tataan disini sebagai pernerjemahan dari *icing* adalah upaya menyusun pesan komunikasi sedemikian rupa, sehingga enak di dengar atau dibaca serta termotivasikan untuk melakukan sebagai disarankan oleh pesan tersebut.

5) Teknik *Red-herring*

Dalam hubungannya dengan komunikasi persuasif, teknik *red-herring* adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit ke aspek yang dikuasainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.

2. Pengertian Humas

Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung, pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian penerimaan, dan kerja sama; melibatkan manajemen dan menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen untuk mampu menghadapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan



perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Defenisi yang lebih spesifik yang menekankan tanggung jawab khususnya, diberikan oleh *Public Relations News*: “Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik.

Defenisi berikutnya, Humas adalah suatu filsafat sosial dan manajemen yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik.¹⁸

Dengan di terimanya defenisi di atas kita menyatakan bahwa humas terdiri dari empat unsur dasar, *pertama*, Humas merupakan filsafat manajemen yang bersifat sosial; *kedua*, humas adalah suatu pernyataan tentang filsafat tersebut dalam keputusan kebijaksanaan; *ketiga*, humas adalah tindakan akibat kebijaksanaan tersebut; dan *keempat*, humas merupakan komunikasi dua arah yang menunjang ke arah penciptaan kebijaksanaan ini kemudian menjelaskan, mengumumkan, mempertahankan, atau mempromosikannya kepada publik sehingga memperoleh saling pengertian dan itikad baik.¹⁹

3. Corporate Culture

Sebelum diuraikan pengertian corporate culture penulis akan menjelaskan tentang iklim komunikasi organisasi karena budaya perusahaan berhubungan dengan iklim komunikasi organisasi, iklim komunikasi merupakan suatu citra makro, abstrak dan gabungan dari suatu fenomena global yang disebut komunikasi organisasi. Kita mengasumsi

¹⁸ H. Frazier Moore, Ph.D. “*Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*” PT Remaja Rosdakarya Jl.Ibu Inggit Garnasih No 40, Bandung,2004, Hal 6.

¹⁹ “*Ibid*” hal 7.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bahwa iklim berkembang dari interaksi antara sifat-sifat itu. Iklim dipandang sebagai suatu kualitas pengalaman subjektif yang berasal dari persepsi atas karakter-karakter yang ralatif langgeng pada organisasi.²⁰

Iklim komunikasi organisasi ini terdiri dari persepsi-persepsi atas unsur-unsur organisasi dan pengaruh unsur-unsur tersebut terhadap komunikasi. Pengaruh ini didefinisikan, disepakati, dikembangkan dan dikokohkan secara bersinambungan melalui interaksi dengan anggota organisasi lainnya. Pengaruh ini menghasilkan pedoman bagi keputusan-keputusan dan tindakan-tindakan individu, dan mempengaruhi pesan-pesan mengenai organisasi.²¹

Menurut *Redding* (1972) iklim komunikasi organisasi merupakan fungsi kegiatan yang terdapat dalam organisasi untuk menunjukkan kepada anggota organisasi bahwa organisasi tersebut mempercayai mereka dan memberi mereka kebebasan dalam mengambil risiko, mendorong mereka dan memberi mereka tanggung jawab dalam mengerjakan tugas-tugas mereka, menyediakan informasi yang terbukadan cukup tentang organisasi, secara aktif memberi penyuluhan kepada para anggota organisasi sehingga mereka dapat melihat bahwa keterlibatan mereka penting bagi keputusan-keputusan dalam organisasi, dan menaruh perhatian pada pekerjaan yang bermutu tinggi dan memberi tantangan.²²

Budaya Perusahaan adalah perekat, yang mana menahan suatu perusahaan agar bersatu. Budaya perusahaan menggabungkan organisasi, norma-norma berperilaku, kebijakannya dan prosedurnya. Pengaruh yang paling penting dalam budaya perusahaan adalah budaya nasional suatu negara dimana perusahaan berlokasi. Ini kelihatannya jelas, namun ada faktor-faktor lain juga yang membantu membentuk budaya perusahaan, yaitu pandangan dan interkasinya dengan “dunia luar”. Struktur

²⁰ R. Wayne Pace dan Don F. Faules. “Komunikasi Organisasi” PT Remaja Rosdakarya Jl.Ibu Inggit Garnasih No 40, Bandung, 2005, hal 149.

²¹ “*Ibid*” hal 149.

²² R. Wayne Pace dan Don F. Faules. “*Komunikasi Organisasi*” PT Remaja Rosdakarya Jl.Ibu Inggit Garnasih No 40, Bandung, 2005, hal 154.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepemilikan perusahaan berperan dalam mendefinisikan budaya perusahaan. Misalnya, budaya perusahaan keluarga kemungkinan akan sangat berbeda dengan perusahaan publik. Juga, industri dimana perusahaan merupakan bagiannya akan membantu membentuk nilai-nilai budaya. Misalnya, perusahaan perangkat lunak komputer berteknologi tinggi (perusahaan yang relatif muda), kemungkinan memiliki budaya yang lebih informal dan berwirausaha dibandingkan dengan katakanlah, bank investasi (industri tahap matang). Dan begitu juga, suatu organisasi dalam industri jasa akan memiliki budaya yang berbeda dibandingkan perusahaan munafaktur atau pertambangan. Perbedaan dalam budaya perusahaan berbagai organisasi dalam budaya asal dan industri yang sama, bisa pelik kadang-kadang sepele perbedaan antar budaya nasional itu sendiri.²³

Dimensi budaya dalam PR perusahaan memegang peranan yang cukup strategis dalam sukses tidaknya pencitraan organisasi karena pada dimensi inilah akan terlihat bagaimana keluwesan PR sebuah organisasi dalam mengelola informasi untuk pencitraan. Intinya, budaya akan menentukan pola pikir dan membentuk perilaku PR maupun karyawan pada perusahaan. Dengan adanya dimensi budaya ini, PR akan mampu memahami seberapa jauh PR harus meyakinkan perusahaan untuk tidak terjebak dalam program jangka pendek, perusahaan pun menjadi diuntungkan karena mereka bisa memperbaiki strategi pencitraan yang dalam jangka pendek ataupun jangka panjang, mampu mendukung tercapainya tujuan perusahaan. Salah satu caranya adalah memberikan perspektif pencitraan melalui *Key Message Development* (KMD). Jadi, seluruh pencitraan akan dikawal melalui *Key Message Development* yang dikembangkan oleh PR.²⁴

²³ Charles Mitchel “*Memahami Budaya Bisnis Internasional*” PPM, Anggota Ikapi, Jl. Menteng Raya 9, Jakarta, Hal. 181.

²⁴ Silih agung wasesa, Jim Nacnamara”*Strategi Public Relations*”PT Gramedia Pustaka Utama, Jl. Palmerah Barat No. 29-30, Jakarta, Hal 35.



Ketika sebuah perusahaan membudayakan *Key Mesagge Development* sebagai dasar pencitraan maka seluruh aspek program yang dibuat akan berdasarkan pada KMD yang disepakati, melalui dari jenis informasi, pola edukasi, media *tier*, *speech point*, hingga pengembangan *release*. Perusahaan pun bisa dengan tenang melihat perkembangan pencitraan melalui KMD yang sudah disiapkan.

Budaya perusahaan (*corporate culture*) memang merupakan tema besar yang tak akan lekang dimakan waktu. Lebih spesifik lagi jika dikaitkan dengan permasalahan mendasar berbagai organisasi di Indonesia. *Corporate culture* menjadi sebuah dimensi yang tak bisa ditunda dan ditawar lagi urgensi kebutuhannya. Para tenaga terdidik tersebut bekerja di lingkungan institusi bisnis profesional yang memiliki budaya organisasi yang bersifat eksplisit dan menuntut masing-masing pekerja baru melakukan proses pembelajaran dan penyesuaian diri terhadap budaya organisasi yang dimasuki. Pemahaman terhadap pegawai baru menjalankan proses sosialisasi budaya organisasi menjadi penting , karena melalui cara ini organisasi dapat mengembangkan model sosialisasi yang sejalan dengan situasi dan pengalaman nyata peserta dilapangan. Dengan demikian proses awal integrasi pegawai baru terdidik ini dapat berjalan mudah dan mereka dapat bekerja dan menjalankan perannya secara produktif.

Temuan dilapangan tersebut sejalan dengan hasil penelitian Debra L. Nelson & Quick (2003) yang mengindikasikan bahwa proses sosialisasi budaya organisasi menjadi fase yang menegangkan bagi anggota-anggota baru meskipun mereka adalah orang-orang yang dalam proses seleksi diasumsikan memiliki karakteristik kepribadian yang cocok dengan perusahaan/organisasi. Orang-orang baru yang mengalami kecemasan dan kebingungan tersebut dalam istilah Jablin (1987) disebut sebagai *organizational culture shock* (kejutan budaya organisasi). Dalam komunikasi dengan atasan, informan pegawai mempelajari pola-pola komunikasi atasan. Pola ini pada prinsipnya adalah komunikasi yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berulang yang bersifat konsisten dan dapat diprediksi sehingga memungkinkan komunikasi berlangsung lebih kooperatif dan selaras. Pemahaman terhadap gaya komunikasi dan pola perilaku kerja atasan dipandang informan sebagai hal yang sangat penting karena atasan dianggap sebagai representasi budaya. Cara pandang ini yang membuat informan mengembangkan semacam kepekaan terhadap ekspektasi atasan terhadap berbagai aspek terkait pelaksanaan peran sebagai karyawan.

Komunikasi yang dilakukan sesama karyawan memberikan manfaat yang besar bagi informan dalam membantu memahami budaya kerja. Komunikasi dengan rekan kerja, khususnya dengan rekan kerja dalam *band* yang sama, dapat memberikan contoh hidup bagaimana menafsirkan dan menerapkan nilai-nilai dan perilaku kerja sesuai dengan budaya perusahaan. Dengan cara seperti itu pegawai merasa memperoleh gambaran tentang konsistensi pola-pola perilaku yang diterima dan tidak diterima dilingkungan kerja atau perusahaan.

Menurut Harry Tjahjono, *Culture* tidak berhubungan dengan apakah karyawan suka atau tidak suka. *Culture* juga tidak ada urusan dengan kepuasan karyawan. Pada kenyataannya, *culture* adalah bagaimana karyawan melihat, merasakan, dan menggambarkan persepsinya tentang perusahaan. Sosok pendiri dan pimpinan perusahaan menjadi sumber *culture* memengaruhi semua perilaku organisasi.²⁵

Menurut Denison mempunyai pengaruh terhadap keefektifan suatu organisasi atau memiliki fokus internal yang kuat dan fokus eksternal yang kuat. Fokus internal dicirikan oleh adanya konsisten dan keterlibatan, sedangkan fokus eksternal adalah kemampuan dalam beradaptasi terhadap lingkungan dan misi yang jelas. Budaya perusahaan dapat dilihat dari

²⁵ Dr. Djkosantoso Moeljono Steve Sudjatmiko “ *Corporate Culture Challenge To Excellence*”, PT Elex Media Komputindo, Jl. Palmerah Selatan 22, Jakarta, hal 3.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aspek rasa keterlibatan (*involvement*), konsistensi (*consistency*), adaptabilitas (*adaptability*), dan misi (*mission*).²⁶

a. Keterlibatan(*involvement*)

Tingkat keterlibatan dan partisipasi yang tinggi dari karyawan akan meningkatkan rasa tanggung jawab. Rasa kepemilikan dan tanggung jawab tersebut akan meningkatkan komitmen karyawan terhadap perusahaan sehingga tidak memerlukan kontrol yang terbuka. Dengan rasa keterlibatan yang tinggi juga diharapkan dapat meningkatkan rasa kebersamaan dan kekeluargaan, dimana hal-hal tersebut penting dalam membantu menyelesaikan pekerjaan.

b. Konsistensi(*consistency*)

Konsistensi menekankan pada nilai-nilai yang dimiliki perusahaan yang perlu dipahami oleh para anggota organisasi. Nilai-nilai tersebut meliputi masalah komunikasi, kerjasama dalam melaksanakan pekerjaan, toleransi, penghargaan terhadap prestasi. Hal-hal tersebut mempunyai dampak yang positif terhadap proses pencapaian tujuan organisasi dan perlu dibangun atau dikembangkan dalam perusahaan secara konsisten.

Komunikasi merupakan sesuatu yang penting, karena komunikasi mempunyai unsur-unsur antara lain:

- 1) Suatu kegiatan untuk membuat seseorang mengerti
- 2) Suatu sarana pengaliran informasi
- 3) Suatu sistem bagi terjalannya komunikasi diantara individu-individu

Kerjasama dalam melaksanakan pekerjaan harus dibiasakan, karena dengan adanya kerjasama maka akan membantu mempermudah pencapaian tujuan. Penghargaan terhadap prestasi yang dicapai, harus dibentuk dalam format yang baik, dan tepat, agar dapat dijadikan motivasi dalam bekerja.

²⁶ Klara Innata Arishanti, Jurnal, "Budaya Organisasi, Komitmen Organisasional, Dan Keputusan Kerja Karyawan" PT. X, Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma, hal 27.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Adaptabilitas(*adaptability*)

Menekankan pentingnya adaptabilitas di dalam perusahaan terhadap perubahan lingkungan yang terjadi. Perubahan-perubahan dalam lingkungan dapat berwujud perkembangan teknologi, perubahan kondisi ekonomi dan politik, perubahan kualitas dan sikap karyawan, tuntutan konsumen terhadap produksi perusahaan. Adaptabilitas tidak hanya diperlukan bagi kelangsungan hidup perusahaan tetapi juga sebagai tantangan pengembangan perusahaan.

4. Misi(*mission*)

Hal ini menekankan pada pentingnya kejelasan misi dan tujuan dari suatu organisasi bagi para anggotanya. Beberapa ahli berpendapat bahwa pengertian akan misi memberikan dua pengaruh utama pada fungsi organisasi, yaitu :

- a. Suatu misi memberikan kegunaan dan arti yang menentukan peran sosial dan tujuan ekstra dari suatu lembaga dan menentukan peran-peran individu dari lembaga tersebut. Proses internalisasi dan identifikasi ini memberikan komitmen jangka pendek dan jangka panjang serta mengarah pada efektivitas organisasi.
- b. Pengertian akan misi akan memberikan kejelasan arah pada tingkat individu, ada rasa percaya bahwa kesuksesan organisasi membutuhkan adanya koordinasi yang merupakan hasil dari menentukan tujuan bersama.

Denison mendefenisikan keterlibatan dan kemampuan adaptasi yang dilakukan oleh pegawai dapat menggambarkan sifat-sifat yang terkait dengan kapasitas organisasi menuju perubahan, sementara konsistensi lebih mengacu kontribusi para pegawai terhadap kapasitas organisasi agar tetap stabil dan dapat diprediksi dari waktu ke waktu.

Mengenai model budaya organisasi Denison dimana dalam setiap fitur budaya memiliki tiga fokus utama yaitu pada misi, tiga fokus utamanya arah dan niat strategi organisasi, tujuan dan sasaran organisasi serta visi. Tiga fokus utama dalam adaptasi yaitu menciptakan perubahan,



fokus kepada pelanggan organisasi, dan menjadi pembelajaran organisasi. Keterlibatan juga memiliki tiga fokus utama yaitu pemberdayaan, tim orientasi, dan pengembangan kemampuan, sedangkan konsistensi meliputi nilai inti yang diyakini, persetujuan pegawai, serta koordinasi dan integrasi.

Organisasi yang berhasil harus mampu membuat keseimbangan dari keempat unsur tersebut, meskipun secara umum sering terjadi *trade-off* antara fokus internal dengan fokus eksternal, namun perusahaan yang baik akan mampu mengatasinya.

Culture organisasi/perusahaan pada dasarnya, menurut Duncan (1989) merupakan kumpulan keyakinan, harapan, dan nilai yang dipelajari dan dianut oleh anggota-anggota perusahaan dan ditransmisikan dari satu generasi karyawan ke generasi berikutnya. Biasanya, *culture organisasi/corporate culture*, selain mencerminkan misi perusahaan. *Culture* perusahaan ini memiliki fungsi penting bagi perusahaan, mengingat kultur memiliki pengaruh besar terhadap perilaku para manajer pada semua tingkatan, sehingga berpengaruh juga terhadap kemampuan perusahaan untuk melakukan pergeseran arah strateginya.

Fungsi kultur organisasi/*corporate culture* adalah sebagai berikut:

- a. kultur memberikan identitas bagi para karyawan
- b. kultur membantu melahirkan komitmen karyawan pada sesuatu yang lebih besar dari dirinya sendiri.
- c. kultur memberi tambahan bagi stabilitas organisasi sebagai sebuah sistem sosial.
- d. kultur bekerja sebagai kerangka acuan bagi para karyawan yang dipergunakan untuk memahami kegiatan organisasi dan dipergunakan juga sebagai pedoman mengenai perilaku yang tepat (Wheelen dan Hunger, 1995)

Menurut Patchen dalam srivastava seseorang yang memiliki keterlibatan kerja (*Job Involvement*) yang tinggi akan menunjukkan perasaan solidaritas yang tinggi terhadap perusahaan dan mempunyai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

motivasi kerja internal yang tinggi. Individu akan memiliki keterlibatan kerja yang rendah jika ia memiliki motivasi kerja yang rendah dan merasa menyesal dengan pekerjaannya.²⁷

Seperti halnya budaya nasional, budaya perusahaan memiliki beberapa komponen dasar yang membentuk keseluruhan. Meskipun komponen budaya mencakup hal-hal seperti bahasa, agama, dan humor, namun komponen budaya perusahaan cenderung lebih untuk dimanfaatkan. Tidak satu komponen pun menunjukkan keseluruhan, komponen-komponen tersebut akan menyajikan gambar yang jelas akan nilai-nilai dan sasaran perusahaan.²⁸ Beberapa komponen perusahaan yang penting tersebut adalah:

a. Sistem Imbal Jasa,

Yaitu bagaimana tipe perilaku yang dihargai dan diberi imbalan? Apakah pengambilan-resiko maju dalam peringkat manajemen atau apakah perusahaan justru memberi imbalan atas loyalitas dan pelayanan jangka panjang?

b. Keputusan Mempekerjakan.

Tipe individu yang mempekerjakan berbicara banyak mengenai budayanya. Apakah perusahaan siap bertumbuh dan menerima ide-ide baru yang mempekerjakan tenaga kerja yang beragam, ataukah perusahaan merasa lebih nyaman mempekerjakan tipe individu yang sama untuk membangun tenaga kerja yang homogen?

c. Struktur Manajemen.

Apakah perusahaan memiliki struktur hirarki yang kaku? Apakah dikelola oleh suatu komite eksekutif atau pimpinan yang mendominasi?

²⁷ Dr. Djkosantoso Moeljono Steve Sudjatmiko “ *Corporate Culture Challenge to Excellence*”, PT Elex Media Komputindo, Jl. Palmerah Selatan 22, Jakarta, hal 22.

²⁸ Charles Mitchel “ *Memahami Budaya Bisnis Internasional*” PPM, Anggota Ikapi, Jl, Menteng Raya 9, Jakarta, Hal. 181



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Strategi Pengambilan Resiko.

Bagaimana pandangan perusahaan akan resiko? Apakah perusahaan mendukung pemanfaatan peluang, mencoba produk-produk dan pasar baru atau lebih senang dengan pasar dan produk yang telah ada?

e. Kondisi Fisik.

Apakah kantor dibuat terbuka yang mendukung komunikasi dan rasa egalitarianisme? Atau apakah kantor manajemen terpisah dari tempat kerja staf? Apakah kantor pusat merupakan suatu monumen kepemilikan atau lingkungan bekerja fungsional?.

Corporate culture yang ideal tidak mungkin memberikan detail yang tepat mengenai tipe budaya perusahaan seperti apa yang sebaiknya ada dalam perusahaan global. Ini sangat tergantung pada budaya dimana kita beroperasi, industrinya, serta komponen-komponen budaya dasar.²⁹

Meskipun demikian terdapat beberapa ciri dasar:

- a. Setiap budaya perlu membangun rasa bertanggung jawab diantara staf dan karyawan.
- b. Budaya perusahaan perlu disampaikan secara jelas, dilintas budaya. Jika terlalu serupa dengan budaya kantor pusat, maka karyawan tidak akan menerimanya.
- c. Berfikir secara lokal, bertindak secara konsisten. Meskipun fleksibilitas penting, namun harus ada prinsip-prinsip penerapan yang konsisten disepanjang budaya.

Budaya perusahaan harus sesuai dengan persyaratan pasar dunia yang kompetitif, dan mampu berubah untuk beradaptasi dengan kondisi-kondisi pasar yang baru.

4. Jenis-Jenis Budaya Organisasi

Para peneliti telah berusaha mengidentifikasi dan mengukur beberapa tipe budaya organisasi dalam rangka mempelajari hubungan antara tipe efektivitas dan organisasi. Pencarian ini didorong oleh kemungkinan bahwa budaya tertentu lebih efektif dibandingkan dengan

²⁹ "Ibid" hal. 185



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang lain. Menurut Kreitner dan Kinicki (2003) bahwa secara umum terdapat tiga (3) jenis budaya organisasi yaitu:³⁰

1) Budaya konstruktif

Budaya konstruktif adalah budaya dimana para karyawan didorong untuk berinteraksi dengan orang lain dan mengajarkan tugas dan proyeknya dengan cara yang membantu mereka dalam memuaskan kebutuhannya untuk tumbuh dan berkembang. Tipe budaya ini mendukung keyakinan normatif yang berhubungan dengan pencapaian tujuan aktualisasi diri, penghargaan yang manusiawi dan persatuan.

2) Budaya pasif- defensif

Budaya pasif – defensif bercirikan keyakinan yang memungkinkan bahwa karyawan berinteraksi dengan karyawan lain dengan cara yang tidak mengancam keamanan kerja sendiri. Budaya ini mendorong keyakinan normatif yang berhubungan dengan persetujuan, konvensional, ketergantungan, dan penghidupan.

3) Budaya agresif defensif

Budaya agresif – defensif mendorong karyawannya untuk mengerjakan tugasnya dengan kerja keras untuk melindungi keamanan kerja dan status mereka. Tipe budaya ini lebih bercirikan keyakinan normatif yang mencerminkan oposisi, kekuasaan, kompetitif dan perfeksionis.

Meskipun sebuah organisasi dapat menampilkan satu tipe budaya organisasi secara menonjol, ia tetap dapat menunjukkan keyakinan normatif dan karakteristik yang lain. Riset menunjukkan bahwa organisasi dapat memiliki sub budaya fungsional, sub budaya hierarkis berdasarkan posisi seseorang dalam organisasi, sub budaya geografis, sub budaya pekerjaan berdasarkan pada gelar atau posisi seseorang, sub budaya sosial yang diambil dari aktivitas sosial seperti budaya liga bowling atau golf dan budaya berlawanan (Kreitner dan Kinicki, 2003).

³⁰ Nel Ariyanti, jurnal Manajemen dan Bisnis “ *pengaruh budaya prganisasi terhadap kinerja pegawai*”, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, vol 14, 2015

B. Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu sangat berguna dalam penelitian ini karena memiliki beberapa fungsi, yaitu untuk menegaskan kerangka teori yang akan dijadikan landasan pemikiran, memperoleh pengetahuan tentang masalah yang akan diteliti dan memperdalam konsep-konsep yang dipegunakan dalam pembahasan suatu masalah.

Sebagai petunjuk dalam melakukan penelitian ini penulis mencantumkan penelitian terdahulu yang jika dilihat dari segi isi maupun judul memang tidak begitu ada persamaan tetapi penulis melihat ada suatu keterlibatan antara permasalahan terdahulu seperti:

1. *El Chris Natalia* yang berjudul *Lahirnya Identitas Baru: Pergeseran Budaya melalui Interaksi pada Karyawan Difabel Samakta Guest House*, Penelitian ini berlandaskan beberapa teori. Pertama, Teori Komunikasi Antarbudaya, di mana komunikasi dan budaya saling mempengaruhi satu dengan yang lain.³¹
2. *Klara Innata Arishanti*, yang berjudul *Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*, menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel budaya organisasi dan kepuasan kerja. Korelasi antara variabel komitmen organisasional dengan kepuasan kerja adalah 0,586, dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel komitmen organisasional dengan kepuasan kerja. Sedangkan korelasi antar variabel bebas, yaitu budaya organisasi dan komitmen organisasional adalah 0,542, dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,01$).³²
3. *Poppy Ruliana, Puji Lestari, Susi Andrini* yang berjudul *Model Komunikasi Korporat Sari Ater Hotel & Resort Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0* Perkembangan komunikasi korporat Sari Ater Hotel

³¹ El Chris Natalia, skripsi, *Identitas Baru: Pergeseran Budaya melalui Interaksi pada Karyawan Difabel Samakta Guest House*, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya(2019)

³² *Klara Innata Arishanti*, Jurnal, "Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan", Universitas Gunadarma, Vol 3, 2009.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

& Resort juga dipengaruhi perkembangan revolusi industri 4.0. Komunikasi korporat Sari Ater Hotel & Resort menunjukkan pemenuhan tujuan organisasi yaitu mengembangkan perspektif komunikasi perusahaan, tidak memerlukan membangun fungsi baru dalam organisasi” (Van Riel, 2010), Argenti (2010), Cornelissen (2009). Komunikasi korporat dapat didefinisikan sebagai: "pendekatan terpadu untuk semua komunikasi yang dihasilkan oleh suatu organisasi, diarahkan pada kelompok sasaran yang relevan" (Van Riel, 1995), baik internal maupun eksternal. Model komunikasi korporat terkait perkembangan revolusi industry, misalnya, dimana pertama kali ditemukannya mesin-mesin yang dapat membantu pekerjaan manusia.³³

4. *Inggrid Eka Ariyant*, yang berjudul peran pimpinan dalam pelaksanaan budaya organisasi: analisis Denison dikantor Perwakilan Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (Bkkbn) Provinsi Jawa Timur. Tujuan penelitian tersebut alasan yang melatarbelakangi mengenai peran pimpinan dalam pelaksanaan budaya organisasi di kantor perwakilan BKKBN provinsi Jawa Timur yaitu alasan yang di dasarkan pada keadaan diinterpretasikan melalui alat indra dimana menekankan pada pengalaman atau hasil observasi sehingga menghasilkan suatu pengetahuan yang dapat dibuktikan dan diverifikasi melalui data, pengamatan, percobaan atau pengalaman.³⁴
5. *Miftahul Khoiri*, yang berjudul *Peranan Humas Dalam Mensosialisasikan Corporate Culture Di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru*. Tujuan penelitian tersebut menentukan peranan kepada humas melakukan kegiatan ataupun aktivitas kehumasan yang menjalankan fungsi sebagai komunikator baik secara langsung ataupun tidak langsung, dan dari pengamat peneliti humas menciptakan hubungan yang harmonis dan

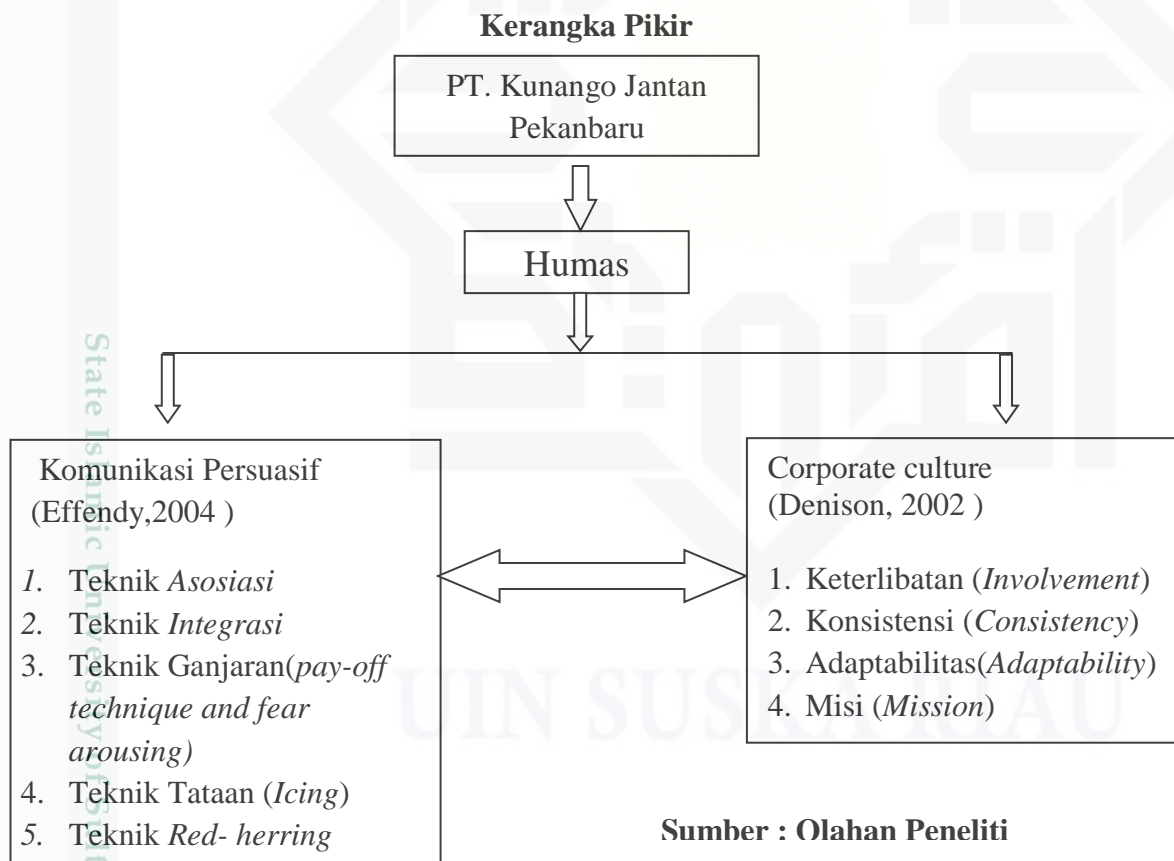
³³ Poppy Ruliana, Puji Lestari, Susi Andriani, Jurnal, *Model Komunikasi Korporat Sari Ater Hotel & Resort Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0*, Universitas Prmbangunan Nasional.(2019)

³⁴ Inggrid Eka Ariyanti. Skripsi, *Peran Pimpinan Dalam Pelaksanaan Budaya Organisasi Di Kantor Perwakilan Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencan Nasional (Bkkbn) Provinsi Jawa Timur*, Universitas Airlangga, 2019.

perlunya sosialisasi terhadap perusahaan tersebut dalam penerapan budaya perusahaan.³⁵

C. Kerangka Konseptual

PT. Kunango Jantan cabang Pekanbaru, sebagai humas tentu saja memiliki teknik-teknik komunikasi dalam menerapkan corporate culture kepada semua karyawan. Untuk itu teknik-teknik komunikasi persuasif di PT. Kunango Jantan cabang Pekanbaru ada dan dapat dilihat dari perspektif Effendy, ada lima macam yang menjadi tolak ukur dalam penerapan budaya perusahaan yang meliputi: *Teknik Asosiasi*, *Teknik Integrasi*, Teknik Ganjaran (*pay-off technique and fear arousing*), Teknik Tataan (*Icing*), Teknik *Red-herring*. Agar dapat memudahkan maka penulis menggambarkan kerangka pikir sebagai berikut :



³⁵ Miftahul Khoiri, Skripsi, *Peranan Humas Dalam Mensosialisasikan Budaya Perusahaan di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2016)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan konstruktivis yaitu lebih memandang aksi sosial sebagai analisis sistematis terhadap aksi sosial yang bermakna (*social meaningful action*) melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan agar mampu memahami dan menafsirkan bagaimana perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan mengelola/memelihara dunia sosial mereka. Melalui pendekatan konstruktivisme kita dapat melihat aksi-aksi atau fenomena sosial yang terjadi sebagai sesuatu yang bermakna dengan cara melihat suatu fenomena sosial melalui pemahaman terhadap subjek sosial yang melakukannya.³⁶

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena secara detail.³⁷ Metode deskriptif kualitatif ialah mentitikberatkan pada observasi dan susunan alamiah (*natural setting*). Metode ini peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Kunango Jantan Group, lokasi perusahaan di Jl. Raya Pekanbaru – Bangkinang Km. 23 Desa Rimbo Panjang, Kec. Tambang, Kab. Kampar, Riau – Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan setelah proposal disahkan pada bulan Mei, Juni 2019.

³⁶Dedy N. Hidayat, “Metodologi Penelitian Dalam Sebuah Multi-Paradigm Science”. Vol. 3 No. 2, 2002, hal. 201.

³⁷Elvinaro Ardianto, *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011), hal. 60.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Pengertian data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dengan informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitian. Data primer dapat direkam atau dicatat oleh peneliti.³⁸ Dalam hal ini yang menjadi data primernya adalah pihak bidang humas PT. Kunango Jantan cabang Pekanbaru melalui wawancara dan observasi.

2. Data Sekunder

Pengertian data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data yang diperoleh peneliti dengan cara membaca, melihat dan mendengarkan buku-buku maupun informasi lainnya yang berhubungan dengan masalah yang diteliti atau perusahaan yang terkait.³⁹ Data diperoleh dari dokumentasi penulis dan dokumentasi PT. Kunango Jantan cabang Pekanbaru.

D. Informan Penelitian

Informan adalah orang yang memberi informasi. Dengan pengertian ini maka informan dapat dikatakan dengan responden. Informan ini merupakan orang yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis tentang komunikasi persuasif dalam menerapkan corporate culture PT. Kunango Jantan cabang Pekanbaru.

Tabel 3.1
Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1	Siti Afsah	Public Officer PT. Kunango Jantan Pekanbaru	Informan kunci
2	Awaludin	Asisten Manajer Produksi	Informan tambahan
3	Agus Pialdi	Pengawas Lapangan	Informan tambahan

³⁸ Dr. Mahi M. Hikma. “*Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*” Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 71.

³⁹ “*Ibid*”, hal 72.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

1. Wawancara

Wawancara atau interviu adalah teknik pencarian data atau informasi yang mendalam, yang diajukan kepada responden atau informan dalam bentuk pertanyaan susulan setelah teknik angket dalam bentuk pertanyaan lisan.⁴⁰ Dan jawaban-jawaban dari responden tersebut dapat dicatat, ataupun direkam dengan alat perekam.

2. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan panca indera peneliti.⁴¹ Peneliti melakukan observasi terkait penerapan budaya persahaan yang diberikan oleh PT.Kunango Jantan untuk disajikan sebagai data penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan fakta atau data yang tersusun dari pengumpulan-pengumpulan dokumen, kata dan gambar dari peristiwa yang sudah berlalu. Dengan adanya dokumentasi hasil penelitian akan semakin kredibel serta dapat mendukung dan menambah kepercayaan dengan membuktikan suatu masalah.⁴² Dokumentasi ini berisikan data-data yang dimiliki oleh PT Kunango Jantan cabang Pekanbaru, berupa foto-foto dan website.

F. Validitas Data

Validitas data adalah keabsahan atau akurasi suatu alat ukur. Setelah penelitian dilakukan, maka selanjutnya perlu dilakukan validitas data atau pengujian dan pemeriksaan keabsahan data.

⁴⁰ "Ibid", hal.79.

⁴¹ Elvinaro Ardianto, Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif, (Bandung:Simbiosis Rekatama Media, 2011), hal. 165

⁴² Dr. Mahi M. Hikma. "Metode Penelitian Dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra" Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal 83.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi data dengan narasumber, yaitu membandingkan hasil wawancara informan yang lainnya, sehingga dapat diperoleh data yang akurat. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data itu. empat macam triangulasi sebagai tehnik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan narasumber, metode, penyelidik dan teori. Berikut macam-macam triangulasi data:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi ini membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber berbeda.

2. Triangulasi Metode

Triangulasi metode ini merupakan usaha pengecekan keabsahan data dan temuan riset, maka triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk memperoleh data.

3. Triangulasi Peneliti

Triangulasi peneliti menggunakan lebih dari satu peneliti dalam mengadakan observasi atau wawancara.

4. Triangulasi Teoritik

Triangulasi teoritik memanfaatkan dua atau lebih teori sebagai perbandingan untuk keperluan perancangan riset, pengumpulan data dan analisis data secara lebih lengkap agar hasilnya lebih komprehensif.

Dalam penelitian ini penulis memutuskan untuk menggunakan validitas triangulasi sumber, yaitu membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda.⁴³

⁴³ Rakhmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009), hal. 72



G. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan adalah berbentuk deskriptif kualitatif, yaitu data yang dianalisis berupa kata-kata atau kalimat baik yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam ataupun hasil observasi. Kemudian analisa deskriptif kualitatif hanyalah berupa memaparkan situasi atau peristiwa penelitian ini mencari atau menjelaskan hubungan, serta menguji hipotesis atau membuat prediksi.⁴⁴

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2012)

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah PT. Kunango Jantan

PT. Kunango Jantan didirikan berdasarkan Akta Notaris Arry Supratno, SH No. 30 tanggal 09 April 1993, dan telah terjadi perubahan Akta Notaris Frida Damayanti, SH No.4 tanggal 09 Januari 2001 adalah perusahaan yang bergerak dibidang manufacturing and trading yang awalnya bergerak dalam trading mekanik alelektrikal. Jumlah karyawan dibagian proses produksi 40orang ditambah pegawai kantor8orang. Sejalan dengan tambah berkembangnya perusahaan, maka PT. Kunango Jantan melakukan pengembangan usahabaik dari lokasi maupun diversifikasi usaha. Pada awalnya perusahaan hanya memproduksi Manufacture Tiang Besi yang beralamat di Jalan By Pass KM6 Parak Kerakah Padang.Luas areal Pabrik berkisar 3.000 m2 dan mempunyai bangunanpabrik , bangunan kantor serta bangunan mes karyawan.

PT. Kunango Jantan Group merupakan kelompok perusahaan yang fokus dalam penyediaan, pemesanan, dan distribusi material baja dan beton siap pakai untuk industri konstruksi, kelistrikan, dan pertambangan, telekomunikasi dan perhubungan Dari tahun ke tahun PT. Kunango Jantan Group berusaha untuk mampu memenuhi kebutuhan pasar dan permintaan yang tinggi akan material baja dan beton. Pada awalnya PT. Kunango Jantan adalah perusahaan yang bergerak dibidang manufacturing and trading Tiang Besi yang beralamat di Jalan By Pass KM 6 Parak Kerakah Padang.

Produk Tiang Listrik Besi PT. Kunango Jantan Sejalan dengan tambah berkembangnya perusahaan, maka PT. Kunango Jantan melakukan pengembangan usaha baik dari l okasi maupun diversifikasi usaha Dengan pengembangan tersebut PT. Kunango jantan mampu membuka lowongan pekerjaan sehingga membantu mengurangi pengangguran. Dengan mempekerjakan dan mampu memberi gaji sekitar seribu karyawan PT. Kunango jantan group, Perusahaan saat ini telah membangun pabrik

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tiang listrik dari beton dan tiang pancang (spun pile) yang berlokasi di Jl. Raya Pekanbaru – Bangkinang Km. 23 Desa Rimbo Panjang, Kec. Tambang, Kab. Kampar, Riau - Indonesia

Produksi tiang listrik dari beton ini diprioritaskan untuk mendukung program pemerataan jaringan listrik dimana konsumen terbesar dari produksi ini adalah PT. PLN (Persero) se Sumatera. PT Kunango Jantan Group kini telah menjadi salah satu perusahaan manufacture terdepan di Sumatera dan mulai merambah kancah Nasional. Adapun, saat ini Kunango Jantan Grup sudah menjalankan enam pabrik yakni pabrik tiang besi, pabrik beton, pabrik konstruksi baja, pabrik pipa, pabrik galvanis, dan pabrik precast. Direktur Utama sekaligus pemilik PT Kunango Jantan Group, bapak H. Asril SH merealisasikan janjinya membangun pabrik galvanis dan pipa pertama di Sumatera. Pembangunan pabrik yang berkapasitas 36 ribu ton/tahun itu mampu dituntaskan dalam satu tahun.

Pada pabrik galvanis, umumnya, material yang diproduksi Kunango Jantan Grup adalah tiang penerangan jalan umum (PJU), tiang listrik, pipa perusahaan air minum daerah (PDAM), gadrail, elbow, plat baja, reducer, spun pile, dan lain-lain. PT Kunango Jantan juga merupakan salah satu sponsor klub sepak bola Semen Padang Fc. PT KJ memang komit dalam pengembangan sepak bola Nasional dan Sumbar khususnya. Selain Semen Padang, pihaknya juga dikenal sebagai salah satu pihak yang menjadi donatur untuk tim PSP Padang.⁴⁵

Direktur PT KJ Group, Gita Ariesta melakukan penandatanganan MOU dengan pihak PT Kabau Sirah Semen Padang (KSSP) yang diwakili Direktur Umum (Dirum) Rinold Thamrin di kantor pusat KSSP, Indarung, Padang Kunango Jantan Beton (KJ Beton) Kunango Jantan Beton (KJ Beton) berlokasi dan alamat pabrik di Jl. Raya Pekanbaru – Bangkinang Km. 23 Desa Rimbo Panjang, Kec. Tambang, Kab. Kampar, Riau - Indonesia. merupakan industri beton precast yang memproduksi berbagai macam produk precast.

⁴⁵<https://www.ilmubeton.com/2018/04/profil-lengkap-pt-kunango-jantan-pt-kj.html> diakses pada 20 Januari 2020



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Produk dari KJ Beton Sudah menyebar keseluruh Penjuru. Dari tiang Listrik sampai Proyek Konstruksi.

Mitra kerja KJ Beton Selain dengan PT. PLN Juga telah mensuplai kebutuhan berbagai proyek konstruksi PT milik BUMN. PT. HKI misalnya, sebagai pelaksana jalan Tol Pekanbaru Dumai. Adapun produk yang disuplai adalah, tiang Spun pile, Box Culvert, U-ditch, RCP dan Lain sebagainya. KJ Beton Juga pernah mensuplai Dinding Precast proyek Livingworld PT. Total Bangun Persada. Dan Ada juga Beton Slab Untuk dilingkungan Sinarmas, dan juga suplier untuk hampir seluruh BUMN. Produksi KJ Beton memproduksi semua jenis beton precast.

Penjualan dan pelayanan menjual hasil produksi semua jenis produk dan layanan jasa yang dirancang untuk konsumen. Aktivitas yang dilakukan oleh PT. KJ Beton adalah memproduksi beton pracetak dengan menggunakan sistem sentrifugal dan non-sentrifugal bagi konsumen yang membutuhkan kualitas beton pracetak yang baik. Perusahaan ini memproduksi produknya secara rutin berdasarkan order dan non-order.

B. Visi dan Misi

Visi

Menjadi Pabrik Baja dan Beton yang menghasilkan produk berkualitas tinggi yang dapat bersaing di skala Nasional maupun Internasional.

Misi

1. Produk berkualitas dengan harga yang kompetitif
2. Manajemen yang terbuka dan professional dengan kesempatan yang sama kepada semua karyawan untuk mengembangkan karir
3. Menjadi perusahaan yang turut memelihara lingkungan
4. Menjadi mitra bisnis yang tepat dibidang industri dan pembangunan infrastruktur di Indonesia.⁴⁶

⁴⁶ Dokumentasi Bid. HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

C. Jenis Produk PT. Kunango Jantan Pekanbaru

Berikut adalah beberapa jenis produk yang diproduksi oleh PT. Kunango Jantan Pekanbaru.⁴⁷

Beton precast, Tiang Listrik Beton (Concrete Electrical Pole) Tiang Listrik Beton adalah tiang listrik yang terbuat dari material Pc Wire, pasir dan semen dengan mix yang khusus dan tertentu pula dan melalui cetakan dengan ukuran dan panjang tertentu pula. Tiang Listrik beton berfungsi utama sebagai penyalur konduktor untuk tegangan menengah 20kV (JTM) dan tegangan rendah 220v/380v (JTR), dari Sub Station ke Gardu Distribusi, Ke pabrik-pabrik, Ke Pelanggan Besar dan hingga ke pelanggan kecil yaitu rumah tangga. Tiang Listrik Beton dibuat secara khusus hingga melalui uji teknis dari PLN supaya laik pakai, karena memang demikian harusnya. Sehingga hanya yang SPLN saja yang dapat laik pakai oleh pihak PLN selaku pemilik pekerjaan jaringan listrik pada umumnya.

Spun Pile (Tiang Pancang Bulat) Tiang pancang bulat atau sering disebut prestressed spun pile adalah tiang pancang yang paling modern dan paling sering digunakan di dunia sebagai tiang fondasi (paku bumi). Tiang pancang bulat ini dibuat dengan menggunakan proses spinning agar bisa menciptakan kepadatan dan homogenitas. Spun pile adalah tiang pancang berbentuk bulat dan berongga pada bagian tengah. Pembuatan spun pile adalah memanfaatkan gaya sentrifugal untuk proses pemadatan beton, yaitu dengan cara diputar (*spinning*)

Tiang Pancang Minipile Tiang pancang berukuran kecil ini digunakan untuk bangunan-bangunan bertingkat rendah dan tanah relative baik. Ukuran dan kekuatan yang ditawarkan adalah: Berbentuk penampang segitiga dengan ukuran 28 dan 32. Berbentuk bujur sangkar dengan ukuran 20x20 dan 25x25.

Square Pile (Tiang Pancang Kotak) Tiang pancang kotak, atau sering disebut prestressed square pile adalah jenis tiang pancang paling tua di dunia.

⁴⁷<https://www.ilmubeton.com/2018/04/profil-lengkap-pt-kunango-jantan-pt-kj.html>
diakses pada 20 Januari 2020

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Karena tiang pancang ini terisi penuh (massive) maka luas penampang akan selalu sama di setiap panjang tiang.

Box culvert Box culvert adalah jenis beton precast yang sering digunakan pada konstruksi saluran air. Box culvert biasa digunakan untuk saluran crossing jalan raya atau jembatan. Box Culvert merupakan beton bertulang pra cetak yang berbentuk segi empat mempunyai spigot dan socket. Sheet Pile adalah dinding vertikal relatif tipis yang berfungsi untuk menahan tanah dan untuk menahan masuknya air ke dalam lubang galian.

U-Ditch Adalah saluran dari beton bertulang dengan bentuk penampang huruf U dan juga bisa diberi tutup. Umum nya digunakan untuk saluran drainase atau irigasi. Ketinggian saluran terbuka ini dapat bervariasi mengikuti kebutuhan dilapangan atau elevasi saluran yang di inginkan. Dan masih banyak jenis produk lain seperti buis, pagar panel, paving blok, bata ringan, RCP, Counter weight, Bantalan pipa, bantalan rel Kereta Api dan berbagai macam jenis precast lainnya.

D. Customer

Tabel 4.1 Daftar Nama-Nama Costumer PT. Kunango Jantan Pekanbaru⁴⁸

No	Costumer	Wilayah
1	PT. PLN PERSERO 	1. Sumatra Utara 2. Aceh 3. Kepulauan Riau 4. Sumatra Selatan 5. Sumatra Barat 6. Jambi 7. Gorontalo 8. Palu
2	Dinas Pertambangan dan Energi 	1. Kabupaten Siak 2. KabupatenKepulauan Meranti 3. Kabupaten Rokan Hilir 4. Kabupaten Bengkalis 5. Kabupaten Sijunjung

⁴⁸Dokumen Bid. HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3	Dinas Pekerjaan Umum 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Propinsi Riau 2. Propinsi Sumatra Barat 3. Balai Besar Penanganan Jalan
4	PT. Telkom Indonesia 	
5	PT. Semen Padang 	
6	Asosiasi Kontraktor Listrik dan Mekanikal Indonesia 	
7	PT. Chevron Pacific Indonesia 	
8	PT. Adhi Karya 	

Tabel 4.2 Daftar Nama-Nama Costumer PT. Kunango Jantan Pekanbaru⁴⁹

No	Costomer	Wilayah
1	PT Pagaruyung Teknik, Sumbar PT Kurnia Abadi, Sumbar PT Hena Madawida, Sumbar PT Cipta Aparta, Sumbar PT Mandiri Cipta Lestari, Sumbar PT Sarana Sejahtera Mandiri, Riau PT Aklidame Bikara, Riau PT Catur Karya, Riau PT Enam-enam Grup, Sumut PT Bahtera Mayori, Sumut PT Esha Sigma Pratama, Sumut CV Rafed jaya, Jambi CV Mitra Mandiri, Jambi PT Deroz Utama Karya, Jambi Dll.	Sumatera
2	PT Senayu Karya, Gorontalo PT Gelesco Gigo Pratama, Gorontalo PT Qalbi Sahas, Gorontalo PT Trans Sulawesi Perkasa, Palu PT Jaya Kencana Abadi, Palu PT Sagita Jaya Sakti, Palu	Sulawesi

E. Keterangan Jabatan

Dengan adanya mobilitas untuk mengerakan roda organisasi di sebuah perusahaan agar kinerja lebih optimal maka dari itu berikut adalah wewenang dan tanggung jawab di PT. Kunango Jantan Pekanbaru.⁵⁰

1. Direktur Utama

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Menentukan kebijakan tertinggi Perusahaan.
- b. Bertanggungjawab terhadap keuntungan dan kerugian Perusahaan.
- c. Memelihara dan mengawasi kekayaan Perseroan Terbatas.
- d. Bertanggung jawab dalam memimpin perusahaan secara efektif dan efisien.

⁴⁹Dokumen Bid. HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru 2019

⁵⁰Dokumen Bid. HRD PT. Kunango Jantan Pekanbaru 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

II. Wewenang

- a. Mengangkat dan memberhentikan karyawan.
- b. Membuat keputusan-keputusan yang strategis untuk peningkatan bisnis dan produksi.

2. Pimpinan Cabang

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Merencanakan strategi implementasi atas kebijakan perusahaan secara menyeluruh agar dapat dijalankan secara optimal.
- b. Memonitor pelaksanaan kebijakan dan strategi perusahaan serta memastikan kelancaran pelaksanaannya agar dapat berjalan secara maksimal dan tepat.
- c. Mengontrol dan mengevaluasi implementasi strategi agar memperoleh masukan strategis sebagai usulan untuk kebijakan tahun berikutnya.

II. Wewenang

- a. Sesuai pengarahannya Direktur Utama membuat keputusan-keputusan yang strategis untuk peningkatan bisnis dan produksi.
- b. Memberikan penilaian prestasi kerja bawahannya

3. Manajer Produksi

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Membuat perencanaan produksi untuk melaksanakan pekerjaan dilapangan.
- b. Mengawasi proses produksi dilapangan agar proses produksi sesuai dengan rencana.
- c. Mengadakan pertemuan dan rapat rutin dengan bawahan dan koordinasi dengan unit lain yang terkait

II. Wewenang

- a. Memberikan penilaian kualitas hasil produksi.
- b. Meneruskan instruksi langsung dari Direktur Utama dan atau Kepala Kantor Cabang Pekanbaru tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Asisten Manajer Pabrik Beton Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Membantu Manager Produksi dalam membuat perencanaan produksi khusus pabrik KJ-1 untuk melaksanakan pekerjaan dilapangan.
- b. Mengawasi proses produksi KJ-1 dilapangan agar proses produksi sesuai dengan rencana.

II. Wewenang

- a. Memberikan penilaian kualitas hasil produksi KJ-1.
- b. Meneruskan instruksi langsung dari Manajer Produksi tentang kualitas, mutu kejadian instruksi kerja.
- c. Memberikan penilaian prestasi kerjabawahannya.

5. Asisten Manajer Pabrik Beton Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Membantu Manager Produksi dalam membuat perencanaan produksi khusus pabrik KJ-1 untuk melaksanakan pekerjaan dilapangan Perencanaan meliputi :
- b. Mengawasi proses produksi KJ-1 dilapangan agar proses produksi sesuai dengan rencana.
- c. Mengadakan pertemuan dan rapat rutin dengan bawahan dan koordinasi dengan unit lain yang terkait

II. Wewenang

- a. Memberikan penilaian kualitas hasil produksi KJ-1.
- b. Meneruskan instruksi langsung dari Manajer Produksi tentang kualitas, mutu kejadian instruksi kerja

6. Manager HRD

I. Tanggung Jawab Utama

Menyusun strategi dan kebijakan pengelolaan SDM diperusahaan berdasarkan strategi jangka panjang dan jangka pendek yang telah ditetapkan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku agar diperoleh SDM dengan kinerja, kapabilitas dan kompetensi yang sesuai dengan yang diinginkan perusahaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

II. Wewenang

Meneruskan instruksi langsung dari Direktur Utama dan atau Kepala Kantor Cabang Pekanbaru tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.

7. Asisten ManajerHrd

I. Tanggung Jawab Utama

Membantu HRD Manager dalam Mengatur prosedur dan system serta melakukan rekrutmen karyawan baru serta berkoordinasi dengan tiap-tiap dept dalam proses rekrutmen staff dept tersebut sesuai dengan standart yang ditetapkan.

II. Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari manajer HRD tentang kebijakan perusahaan
- b. Memberikan penilaian terhadap calon karyawan yang akan diterima.

8. Manajer Keuangan

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memonitoring aliran dana perusahaan setiap pagi.
- b. Meminta persetujuan kepada Kepala Cabang dan Direktur Utama untuk melakukan pembayaran setiap harinya.

9. Asisten Manajer Keuangan

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memverifikasi transaksi pajak sebelum dilaporkan.
- b. Menerima monitor harga pembelian dan selanjutnya dilaporkan kepadaatasan.

10. Manajer Marketing

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Manganalisa kebutuhan customer untk sekarang dan yang kan datang.
- b. Memonitor Stock dan produksi agar sesuai dengan permintaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Asisten Manajer Marketing

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Mengkoordinir semua proses pelaksanaan
- b. Menunjuk seorang pengawas Pekerjaan

II. Wewenang

Meneruskan instruksi langsung dari Kepala Cabang Pekanbaru dan Manajer Marketing tentang kualitas, mutu kejadian instruksi kerja.

12. Supervisor Produksi KJ-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Menjalankan Rencana Kerja dan Rencana Produksi yang disampaikan oleh Ass.MgrProduksi KJ-1.
- b. Mengatur Pekerjaan Bagian Forming, Placing, Setting, Remolding, Boiler, Baching Plan.
- c. Mengarahkan anggota bila terdapat penyimpangan dalam proses produksi.
- d. Membuat rekapan Absensi

II. Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Asisten Manajer Produksi tentang kualitas, mutu kejadian instruksi kerja.
- b. Memberikan penilaian prestasi kerjabawahannya.

13. Supervisor Produksi KJ-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Menjalankan Rencana Kerja dan Rencana Produksi yang disampaikan oleh Ass. Mgr Produksi KJ-1.
- b. Mengatur Pekerjaan Bagian Forming, Placing, Setting, Remolding, Boiler, Baching Plan.
- c. Mengarahkan anggota bila terdapat penyimpangan dalam proses produksi.

II. Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Asisten Manajer Produksi KJ 2 tentang kualitas, mutu kejadian instruksi kerja.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Memberikan penilaian prestasi kerjakaryawan

14. Foreman FormingKj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memastikan Operator Cutting memotong sesuai dengan standar.
- b. Memastikan Operator Heading dalam memasang kepala paku pada PC Wiresesuai dengan standar.
- c. Memastikan Operator Spiral membuat spiral sesuai dengan standar.

II.Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Supervisor Produksi KJ-1 tentang kualitas, mutu kejadian instruksi kerja.
- b. Memberikan penilaian prestasi kerjabawahannya.

15. Operator Cutting Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memotong PC Wiresama panjang sesuai ukuran.
- b. PC Wireyang akan dipakai atau di potong tidak berkarat
- c. Membersihkan lingkungan kerjanya.

16. Operator Spiral Kj-1

I. Identitas Jabatan Pembuat spiral.

II. Tanggung Jawab Utama Pembuatan Spiral.

17. Operator Heading Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Mengampelas Bagian Ujung PC Wire yang akan diheading.
- b. Pembuatan Kepala Paku dengan mesin heading.
- c. Mensortir atau memisahkan hasil heading yang tidak sempurna.
- d. Memperbaiki atau mensetting kembali heading untuk pembuatan heading yang diluar standar.

18. Operator Cage Forming Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memilih dan memastikan pc wire yang akan diikat hasil heading nyastandardan tidak cacat
- b. Pastikan panjangpcbarsamapanjang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Mengikat pc wire dengan jarak max. 5 cm sepanjang 3 kali diameter tiang pancang yang akan dibuat dibagian ujung dan pangkal. Untuk bagian tengah dengan jarak spiral max 10 cm
- d. Mengikat pc wire dengan spiral wire dengan sempurna

19. Foreman Forming Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memastikan Operator Cutting memotong sesuai dengan standar.
- b. Memastikan Operator Heading dalam memasang kepala paku pada PC Wire sesuai dengan standar.
- c. Memastikan Operator Spiral membuat spiral sesuai dengan standar.

II. Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Supervisor Produksi KJ-2 tentang kualitas, mutu kerja dan instruksi kerja.
- b. Memberikan penilaian prestasi kerja bawahannya.

20. Operator Cutting Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memotong PC Wire sama panjang sesuai ukuran.
- b. PC Wire yang akan dipakai atau di potong
- c. Membersihkan lingkungan kerjanya

21. Operator Spiral Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama Pembuatan Spiral.

22. Operator Heading Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Mengamplas Bagian Ujung PC Wire yang akan heading.
- b. Pembuatan Kepala Paku dengan mesin heading.
- c. Mensortir atau memisahkan hasil heading yang tidak sempurna.

23. Operator Cage Forming Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Memilih dan memastikan pc wire yang akan diikat hasilnya standard dan tidak cacat
- b. Pastikan panjang pc bars sama panjang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

24. Operator Hoist Cran DiBag. Setting Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Menjaga kebersihan Hoist Cran Bag. Setting KJ
- b. Melakukan service berkala
- c. Melakukan pengecekan sebelum Hoist Cran dioperasikan

25. Pelaksana Setting Kj-1

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Penguncian antara asesoris dan join harus rapat
- b. Permukaan asesoris yang kotordan benjolan yang timbul akibat las harus dibersihkan atau digerinda terlebih dahulu
- c. Pastikan join plat tidak peot/ gepeng, apabila peot/gepeng agar diperbaiki terlebih dahulu sebelum dipasang ke asesoris

26. Foreman Setting Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Pastikan Mould telah dibersihkan dengan memberikan oli, solar+CPO pada Mould untuk menghindari concrete supaya tidak lengket kemould.
- b. Pastikan Mould telah diisi dengan rangkaian yang sudah dirakit sesuai dengan ukuran yang akan di produksi.
- c. Pastikan pemasangan acesories pada bagian ujung dan pangkal moulding sudah sempurna terpasang..

II. Wewenang

- a. Meneruskan instruksi langsung dari Supervisor Produksi KJ-2 tentang kualitas, mutu kejadian instruksi kerja.
- b. Memberikan penilaian prestasi kerjabawahannya.

27. Operator Hoist Cran DiBag. Setting Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Menjaga kebersihan Hoist Cran Bag. Setting
- b. Melakukan service berkala
- c. Melakukan pengecekan sebelum Hoist Cran dioperasikan
- d. Mengoperasikan hoist cran sesuai dengan instruksi

- e. Mengangkat moulding pada posisi titik angkat.
- f. Mematikan panel setelah HC selesai digunakan.

28. Pelaksana Setting Kj-2

I. Tanggung Jawab Utama

- a. Penguncian antara asesoris dan join harus rapat
- b. Permukaan asesoris yang kotor dan benjolan yang timbul akibat las harus dibersihkan atau digerinda terlebih dahulu.
- c. Pastikan join plat tidak peot/ gepeng, apabila peot/gepeng agar diperbaiki terlebih dahulu sebelum dipasang ke asesoris.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan mengenai komunikasi persuasif humas dalam menerapkan *corporate culture* di PT. Kunango Jantan dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif humas PT. Kunango Jantan yang telah dijalankan dalam menerapkan *corporate culture* di kawasan perusahaan memakai teknik teknik komunikasi persuasif kepada karyawan dalam menerapkan *corporate culture* diantaranya adalah teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik tataan, dan teknik *red-herring*.

Berdasarkan uraian serta analisa yang telah penulis paparkan di pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Teknik Asosiasi

Humas menggunakan teknik asosiasi seperti mengajak dan memotivasi karyawan serta menyajikan fasilitas kerja yang sesuai dengan ketentuan SOP (*standart operational procedure*) perusahaan dan membantu pihak manajemen dalam mensosialisasikan nilai- nilai budaya perusahaan.

2. Teknik Integrasi

Humas menggunakan teknik integrasi dengan cara memanusiakan karyawan seperti senyum, ramah, dan sopan dalam konteks tetap dalam peraturan tegas, bijak dan disiplin. Dan berhati- hati dalam berkata baik dalam konteks bercanda baik itu karyawan lama ataupun baru, agar tidak ada ketersinggungan dalam berkomunikasi. Dengan nilai-nilai budaya tersebut mampu menyamakan baik dari visi, misi dan persepsi perusahaan.

3. Teknik Ganjaran

Humas mempersuasifkan dengan memberi iming-iming kepada karyawan dengan memberikan reward atau apresiasi tunjangan agar karyawan tersebut bekerja dengan giat dan semangat untuk mencapai tujuan perusahaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Teknik Tataan

Humas menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan dimengerti oleh para karyawan agar mudah menjalankan instruksi yang telah disampaikan atau diinformasikan kepada mereka, karena tidak semua karyawan tidak dalam satu daerah, ras, dan suku, maka humas harus pandai-pandai dalam memilih kata atau kalimat agar semua karyawan dapat menjalankan pekerjaannya sesuai dengan apa yang diinstruksikan oleh humas.

5. Teknik *Red-Herring*

Humas selalu berusaha mengarahkan karyawan agar bekerja sesuai dengan SOP (*Standart Operating Procedure corporate culture*). Jika ditemui kejadian pada karyawan tidak sesuai dengan prosedur yang ada dalam *corporate culture*, maka humas akan memberi peringatan ataupun sanksi, agar kejadian yang tidak diinginkan tidak terulang lagi, tentunya sesuai dengan prosedur *corporate culture*.

Teknik- teknik diatas diterapkan untuk mempersuasi karyawan perusahaan agar termotivasi untuk lebih giat dalam bekerja. Pada teknik-teknik diatas digunakan dalam waktu yang tidak terbatas. Untuk teknik ganjaran dapat digunakan namun dengan mengiming-imingkan hal yang menguntungkan bagi karyawan dan perusahaan. Dari kelima teknik tersebut ada satu kelemahan teknik red-herring yakni kesadaran karyawan dalam kedisiplinan yang telah diterapkan dalam *corporate culture*.

B. Saran

1. Saran peneliti selanjutnya

Untuk penelitian yang akan meneliti di perusahaan yang sama, peneliti menyarankan meneliti dibidang akademik lainnya, selain bidang komunikasi juga dapat meneliti dari berbagai bidang atau sudut pandang lain, seperti marketing, strategi dan lainnya. Jika meneliti hal yang sama, penelitian ini bisa menjadi bahan referensi atau pendukung.

2. Bagi tempat kerja

Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang manufacture tiang beton, agar lebih memberikan informasi yang jelas kepada peneliti, agar memudahkan peneliti menganalisa penelitiannya dengan mudah dan lancar.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

Referensi Buku :

- Ardianto, Elbinaro.(2011) “*metodologi penelitian untuk Public Relation*” Simbiosis Rekatama Media, Jl. Ibu Inggit Garnasih 31 Bandung.
- Anggoro, Linggar. (2005). *Teori dan Profesi Kehumasan serta Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Bajari, Atwar & Saragih, Sahala, Tua. (2011). *Komunikasi Kontekstual Teori dan Praktik Komunikasi Kontenporer*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana, (2002) “ *Human Relation & Public Relations*”,Bandung: Mandar Maju.
- Effendy, Onong Uchjana, (2004) “ *Dinamika Komunikasi*”,Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- H. Moore, Frazier, (2004), “ *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi* “, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ibrahim, Subandy Idi.(2012). *Kecerdasan Komunikasi Seni Berkomunikasi Kepada Publik*, Bandung; Simbiosis Rekatama Media.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2008). *Manajemen Pemasaran Jilid 2 Edisi 12*. Jakarta : Indeks.
- Mitchell, Charles.(2001). *Memahami Budaya Bisnis Internasional*. Jakarta: PPM, Anggota Ikapi.
- Mudji sutrisno dan Hendra Putranto (2005) “ *Teori teori Kebudayaan*” Kanisius, Jl. Cempaka 9, Deresan, Yogyakarta.
- Mulyana, Deddy. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Morissan.(2013), *Teori Komunikasi: Individu Hingga Masasa*, Jakarta; Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elbinaro. (2002). *Dasar-dasar Public Relation*. Jl, Ibu Inggit Genarsih 40, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudjatmiko Steve Moeljono Djkosantoso. *Corporate Culture Challenge to Excellence*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wasesa, Silih, Agung & Macnamara, Jim.(2005). *Strategi Public Relation*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Referensi Jurnal :

Poppy Ruliana, Puji Lestari, Susi Andriani, Jurnal, *Model Komunikasi Korporat Sari Ater Hotel & Resort Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0* (Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Inter Studi Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP), Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, (2019).

El Chris Natalia, Jurnal, *Lahirnya Identitas Baru: Pergeseran Budaya melalui Interaksi pada Karyawan Difabel Samakta Guest House*, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya(2019)

Ingggrid Eka Ariyanti. Skripsi, *Peran Pimpinan Dalam Pelaksanaan Budaya Organisasi Di Kantor Perwakilan Badan Kependudukan Dan Keluarga Berencana Nasional (Bkkbn) Provinsi Jawa Timur*, Universitas Airlangga, 2019.

Miftahul Khoiri, Sripsi, *Peranan Humas Dalam Mensosialisasikan Corporate Culture Di PT. Perkebunan Nusantara V Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (2016)

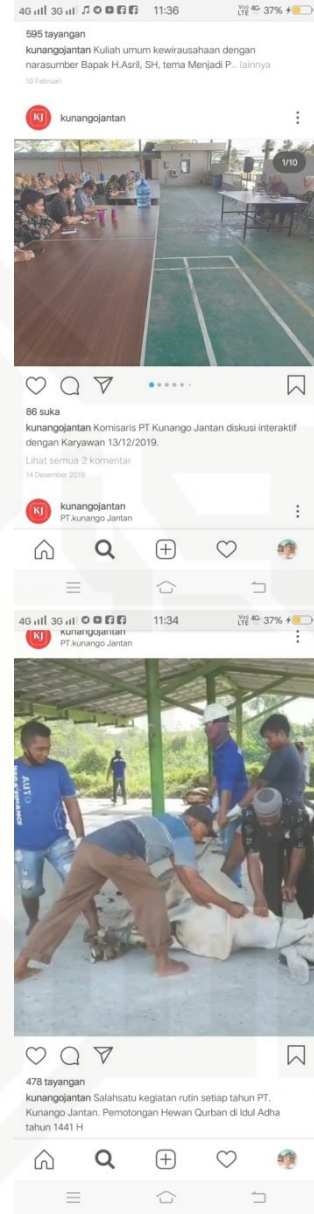


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN



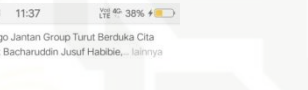
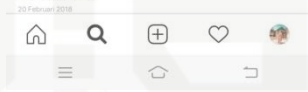
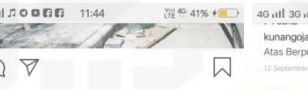
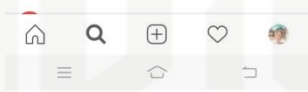
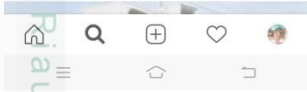


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jln. HR. Soebrantas KM. 15 No. 155 Tush Madani Tampan – Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0751-562051
Fax. 0761-562052 Web: <https://fdk.uin-suska.ac.id/> Email: fdk@uin-suska.ac.id

Nomor : B-7053/Un.04/F.IV/PP.00.9/09/2020
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) Exp
Hal : Mengadakan Penelitian.

Pekanbaru, 15 September 2020

Kepada Yth,
Kepala Dinas Penanaman Modal dan
Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Provinsi Riau
Di
Pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat,

Kami sampaikan bahwa datang menghadap bapak, mahasiswa kami:

N a m a	: YUNI NURMALISA
N I M	: 11643201968
Semester	: IX (SEMBILAN)
Jurusan	: ILMU KOMUNIKASI
Pekerjaan	: Mahasiswa Fak. Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau

Akan mengadakan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi tingkat Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul:

"Komunikasi Persuasif Humas PT. Kunango Jantan Pekanbaru dalam Menerapkan Corporate Culture."

Adapun sumber data penelitian adalah :
PT. Kunango Jantan Pekanbaru

Untuk maksud tersebut kami mohon Bapak berkenan memberikan petunjuk-petunjuk dan rekomendasi terhadap pelaksanaan penelitian tersebut.

Demikianlah kami sampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



Wassalam
a.n. Rektor,
Dekan,

Dr. Nurdin, MA
NIP.19660620 200604 1 015

Tembusan :

1. Mahasiswa yang bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT HIDUP PENULIS



YUNI NURMALISA, lahir di Sicincin, 04 Juni 1996. Anak ke lima dari enam bersaudara, dari pasangan ayahanda Budinar dan ibunda Nurmalis. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah SD Negeri 22 V11 KOTO SEI-SARIK, lulus pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 2 TAMBANG, dan lulus pada tahun 2012. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di SMKN 1 ENAM LINGKUNG dan lulus pada tahun 2015. Tak cukup mengenyam pendidikan selama 9 tahun, penulis pun melanjutkan pendidikan ke Perguruan Tinggi Negeri dengan mengambil program studi Ilmu Komunikasi konsentrasi *Public Relation* fakultas dakwah dan komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sebagai tugas akhir perkuliahan penulis melakukan penelitian dengan judul “**KOMUNIKASI PERSUASIF HUMAS PT. KUNANGO JANTAN CABANG PEKANBARU DALAM MENERAPKAN CORPORATE CULTURE**”.