

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM
MENINGKATKAN PEMAHAMAN KARYAWAN
TENTANG GERAKAN ONE PTPN ONE CULTURE
PADA PTPN IV REGIONAL 2**

TUGAS AKHIR

Oleh:

REISHAQY JASMINE NUGRAHA
2203110323

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : Reishaqy Jasmine Nugraha
NPM : 2203110323
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, Tanggal : Kamis, 05 Maret 2026
Waktu : Pukul 09.00 s/d Selesai

TIM PENGUJI

Penguji I : Dr. AKHYAR ANSHORI, S.sos, M.I.Kom (.....)
Penguji II : Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.sos., M.I.Kom (.....)
Penguji III : Assoc.Prof.Dr. ABRAR ADHANI, S.sos., M.I.Kom (.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua

Assoc., Prof., Dr., Arif Saleh., S.sos., MSP



Sekretaris

Assoc., Prof., Dr., Abrar Adhani, S.sos., M.I.Kom

Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah Selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga makalah tugas ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir oleh :

Nama Lengkap : Reishaqy Jasmine Nugraha

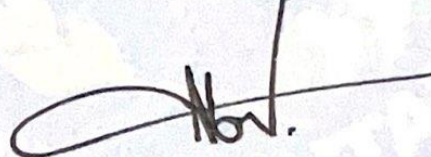
NPM : 2203110323

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Efektivitas Komunikasi SDM Dalam Meningkatkan Pemahaman Karyawan Tentang Gerakan One PTPN One Culture Pada PTPN IV Regional 2

Medan, 03 Februari 2026

Pembimbing



Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, S.sos., M.I.Kom.

NIDN: 0111117804

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi



AKHYAR ANSHORI, S.sos., M.I.Kom.

NIDN : 0127048401



Dekan

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., S.sos., MSP

NIDN : 0030017402

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Reishaqy Jasmine Nugraha**, NPM 2203110323 menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Tugas Akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 2 April 2026

Yang menyatakan



Reishaqy Jasmine Nugraha

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, berkah, serta karuanianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul "Efektivitas komunikasi SDM dalam meningkatkan pemahaman karyawan tentang gerakan *One PTPN One Culture* pada PTPN IV REGIONAL 2". Tidak lupa pula penulis menghadiahkan shalawat beriring salam kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita ke jalan yang diridhai oleh Allah SWT.

Terkhusus dan teristimewa, ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada orang tua penulis tercinta Mama Nova Trisuci dan Papa Roy Nugraha Syahputra atas segala doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, dan jerih payah untuk membesarkan, mendidik, dan menemani penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak lepas dari bantuan, doa, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, sudah selayaknya dengan segala keindahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar besarnya kepada :

1. Bapak Prof., Dr., Agussani, M.A.P selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc., Prof., Dr., Arifin Shaleh, S.Sos., MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Assoc., Prof., Dr., Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr., Dra. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Assoc., Prof., Dr., Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak arahan, bimbingan, serta waktunya dalam proses penulisan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
9. Seluruh Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu dalam menyelesaikan segala berkas administrasi yang dibutuhkan selama perkuliahan.
10. Seluruh jajaran Bapak/Ibu, Saudara/i yang berada di PT Perkebunan

Nusantara IV yang telah bersedia mengizinkan dan membantu penulis untuk penelitian di Kantor tersebut.

11. Adik-adik penulis yaitu Reifarra Qinazwa Nugraha, Qanza Alea, dan Aisyah Mecca yang telah memberikan doa, dukungan, candaan, kasih sayang dan semangatnya.
12. Muhammad Fauzan Rizqullah Zulfandiari, yang selalu menjadi support system penulis selama pengerjaan skripsi. Terimakasih atas segala dukungan, semangat, tenaga, pikiran, serta materi yang sudah diberikan kepada penulis.
13. Sahabat seperjuangan penulis, Marisa Hasanah yang bersama-sama menemani penulis melewati proses pengerjaan skripsi dan selalu menemani penulis dalam proses perkuliahan.
14. Sahabat penulis Zidni Ilma Arfany yang selalu memberikan support.
15. Para sahabat dan teman-teman seangkatan IKO 22 FISIP UMSU yang telah memberikan dukungan serta semangat kepada penulis.
16. Yang terakhir dan teristimewa, kepada saya sendiri Reishaqy Jasmine Nugraha, karena atas izin Allah SWT telah berhasil melewati berbagai rintangan dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang tak kenal lelah serta terus berusaha dan berdoa semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena kemampuan, pengalaman ilmu yang dimiliki penulis masih terbatas. Oleh karena itu penulis mengharapkan

segala saran dan masukan untuk penulisan selanjutnya agar menjadi lebih baik lagi. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi. Semoga tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembacanya dan Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan keberkahan kepada kita semua.

Aamiin ya Rabbal 'alamiin...

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Medan, 1 Februari 2026

Penulis

Reishaqy Jasmine Nugraha

2203110323

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM MENINGKATKAN
PEMAHAMAN KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE PTPN ONE
CULTURE PADA PTPN IV REGIONAL 2**

REISHAQY JASMINE NUGRAHA

NPM : 2203110323

ABSTRAK

Komunikasi organisasi berperan penting dalam mendukung keberhasilan transformasi budaya kerja, khususnya dalam menyatukan nilai, sikap, dan perilaku karyawan. Dalam konteks transformasi korporasi BUMN perkebunan, PTPN Group menginisiasi Gerakan One PTPN One Culture sebagai upaya membangun keseragaman budaya kerja di seluruh unit perusahaan. Keberhasilan gerakan ini sangat ditentukan oleh efektivitas komunikasi internal yang dijalankan oleh Bagian Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai komunikator utama. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan bentuk dan strategi komunikasi SDM dalam meningkatkan pemahaman karyawan terhadap Gerakan One PTPN One Culture di PTPN IV Regional 2. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bagian SDM menerapkan komunikasi formal dan nonformal secara terpadu melalui berbagai kegiatan serta media komunikasi multikanal. Penyampaian pesan disesuaikan dengan karakteristik karyawan, menggunakan bahasa yang sederhana, visualisasi menarik, serta contoh penerapan nilai budaya dalam aktivitas kerja sehari-hari. Konsistensi dan keberlanjutan komunikasi menjadi faktor penting dalam proses internalisasi budaya perusahaan. Meskipun demikian, masih terdapat tantangan dalam penerapan nilai budaya pada perilaku kerja karyawan, sehingga diperlukan penguatan berkelanjutan dan keteladanan pimpinan guna mendukung keberhasilan Gerakan One PTPN One Culture.

Kata Kunci : komunikasi SDM, budaya organisasi, One PTPN One Culture

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Pembatasan Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Manfaat Akademis	6
1.5.2 Manfaat Teoritis	6
1.5.3 Manfaat Praktis	7
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II URAIAN TEORITIS	9
2.1 Efektivitas Komunikasi	9
2.2 Komunikasi Organisasi	11
2.2.1 Pengertian komunikasi organisasi.....	11
2.2.2 Fungsi komunikasi organisasi.....	11
2.2.3 Hambatan Komunikasi Organisasi	12
2.3 Komunikasi Internal	13
2.3.1 Konsep dan tujuan.....	13
2.3.2 Media dan strategi komunikasi internal	13
2.3.3 Peran Komunikasi Internal	14
2.4 Peran Komunikasi SDM dalam komunikasi internal.....	15
2.4.1 Fungsi strategis bagian SDM	15
2.4.2 Tantangan yang dihadapi SDM.....	16
2.5 Budaya Organisasi dan Internalisasi Nilai	16
2.5.1 Pengertian budaya organisasi.....	16
2.5.2 Proses internalisasi nilai	17
2.6.1 Konsep Gerakan	18

2.6.2	Implentasi dan hambatan pada level regional	18
2.7	Hubungan Komunikasi SDM dan Internalisasi Budaya	19
BAB III METODE PENELITIAN		21
3.1	Jenis Penelitian	21
3.2	Kerangka Konsep	21
3.3	Definisi Konsep	22
3.3.1	Efektivitas Komunikasi	22
3.3.2	Komunikasi SDM	22
3.3.3	Budaya Kerja	22
3.3.4	Gerakan One PTPN One Culture	23
3.3.5	Pemahaman Karyawan	23
3.5	Narasumber	24
3.6	Teknik Pengumpulan Data	24
3.6.2	Observasi	24
3.6.3	Dokumentasi	25
3.7	Teknik Analisis Data	25
3.7.3	Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing and Verification)	25
3.8	Waktu dan Lokasi Penelitian	26
3.9	Deskripsi Ringkas Objek Penelitian	26
BAB IV		28
4.1	Hasil penelitian	28
4.1.2	Hasil wawancara	29
4.2	Pembahasan	40
BAB V PENUTUP		45
5.1	Simpulan	45
5.2	Saran	46
	Daftar Pustaka	48

DAFTAR TABEL

Table 1. Kategorisasi Penelitian.....	23
Table 2. Data Narasumber	30

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep.....	21
Gambar 4.1 Kantor PTPV IV Regional 2.....	28
Gambar 4.2 Banner <i>One PTPN One Culture</i>	31
Gambar 4.3 Wawancara dengan Bapak Zul Ifkar Lubis.....	34
Gambar 4.4 Wawancara dengan Bapak Fariz Hutasuhut	35

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan kunci utama dalam menjaga keberlangsungan aktivitas di lingkungan perusahaan. Setiap aktivitas organisasi tidak akan berjalan tanpa adanya proses komunikasi antara individu dan kelompok di dalamnya. Melalui komunikasi, organisasi dapat menyampaikan visi, misi, serta nilai-nilai yang menjadi pedoman bagi seluruh karyawan agar tercipta keselarasan tujuan di dalam perusahaan. Dengan kata lain, keberhasilan organisasi sangat bergantung pada bagaimana komunikasi dijalankan oleh seluruh komponennya, terutama dalam penyampaian kebijakan dan budaya kerja.

Komunikasi memegang peranan krusial dalam menunjang keberhasilan operasional suatu organisasi, terutama di tengah dinamika lingkungan kerja yang semakin kompleks. Dalam konteks organisasi, komunikasi tidak sekadar terbatas pada aktivitas berbicara atau mengirim pesan elektronik, melainkan juga mencakup berbagai bentuk interaksi verbal maupun nonverbal seperti rapat, presentasi, serta penggunaan media visual. Seluruh bentuk komunikasi tersebut berperan penting dalam menciptakan keselarasan pemahaman di antara anggota organisasi pada berbagai tingkatan. Komunikasi yang efektif memungkinkan organisasi menghadapi tantangan operasional secara lebih adaptif dan mendukung tercapainya tujuan strategis

Efektivitas komunikasi organisasi memberikan manfaat nyata terhadap keberhasilan kerja tim. Dalam proses kolaborasi, komunikasi yang terbuka dan

lancar mendorong pertukaran ide yang konstruktif serta pengambilan keputusan yang lebih tepat. Selain itu, komunikasi yang baik turut memperkuat pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, yang menjadi aspek fundamental bagi keberlanjutan organisasi. Melalui komunikasi yang efektif, organisasi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat loyalitas, dan memperkokoh posisi kompetitif di pasar. (Razak et al., 2025)

Komunikasi yang efektif adalah proses komunikasi yang mampu menimbulkan perubahan sikap (*attitude change*) pada individu yang terlibat di dalamnya. Tujuan utama dari komunikasi yang efektif ialah mempermudah pemahaman pesan antara pengirim dan penerima, dengan memastikan bahwa pesan disampaikan secara jelas, lengkap, serta disertai dengan mekanisme umpan balik yang seimbang antara kedua belah pihak. (Hardiyanto & Pulungan, 2019)

Salah satu bagian yang memegang peranan penting dalam mengelola komunikasi dalam ruang lingkup internal adalah bagian Sumber Daya Manusia (SDM). Fungsi SDM tidak hanya berfokus pada administrasi tenaga kerja, tetapi juga sebagai *internal communicator* yang bertanggung jawab menyampaikan pesan organisasi kepada seluruh karyawan melalui berbagai strategi komunikasi.

Bagian SDM memiliki posisi yang strategis dalam membentuk persepsi, sikap, dan perilaku karyawan sesuai dengan nilai-nilai organisasi. Melalui kegiatan komunikasi, SDM berperan dalam proses penyampaian informasi, sosialisasi kebijakan, pelatihan, dan pembinaan budaya kerja. Oleh karena itu, kemampuan SDM dalam merancang pesan, memilih media, dan membangun hubungan

komunikasi yang terbuka dengan karyawan menjadi faktor penting dalam menciptakan keselarasan nilai dan perilaku di tempat kerja.

PT Perkebunan Nusantara IV (PTPN IV) merupakan salah satu anak Perusahaan Holding Perkebunan kelapa sawit yang bergerak di bidang Perkebunan kelapa sawit dan produk turunannya. Dalam era transformasi korporasi, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) melakukan restrukturasi dan revitalisasi. Sebagai bagian dari transformasi korporasi BUMN di sektor Perkebunan, PTPN *Group* memiliki tantangan besar untuk menjaga konsistensi keseragaman budaya kerja diseluruh unit. Dalam hal ini, Holding PT Perkebunan Nusantara menjalankan transformasi budaya kerja bertajuk *One PTPN One Culture* sejak tahun 2022. *One PTPN One Culture* bukanlah sekedar slogan, tetapi menjadi arah gerak strategis dalam membentuk insan PTPN yang kolaboratif, adaptif, dan berorientasi pada kinerja unggul bertujuan menyatukan nilai, semangat, dan perilaku kerja seluruh insan PTPN di berbagai wilayah Indonesia agar selaras dalam mengejar tujuan strategis perusahaan. Dengan mengedepankan tiga nilai utama yaitu *Ownership Mindset, Networking, dan Excellence (ONE)*.

Gerakan ini merupakan bagian dari proses integrasi dan transformasi pasca restrukturisasi BUMN perkebunan, sehingga komunikasi menjadi instrumen penting dalam menyatukan visi seluruh unit regional. Transformasi budaya menjadi agenda penting untuk meningkatkan daya saing dan efektivitas organisasi. Gerakan *One PTPN One Culture* ini merupakan upaya untuk membangun budaya kerja yang selaras dan berintegrasi di seluruh unit perusahaan, dengan menanamkan nilai-nilai

inti seperti integritas, profesionalisme, sinergi, dan inovasi. Melalui gerakan ini, PTPN berupaya menciptakan identitas budaya yang seragam dan memperkuat kohesi antarkaryawan lintas regional.

Dalam konteks inilah peran bagian SDM pada PT Perkebunan Nusantara IV Regional 2 menjadi strategis dalam mengkomunikasikan nilai-nilai budaya Perusahaan. Sebagai bagian dari Holding Perkebunan Nusantara, PTPN IV memiliki komitmen untuk memperkuat budaya kerja melalui Gerakan *One PTPN One Culture*. Gerakan ini merupakan upaya integrasi budaya kerja di seluruh anak perusahaan PTPN Group agar memiliki nilai dan semangat yang sama dalam bekerja. Adapun nilai utama yang dikedepankan dalam gerakan ini mencakup profesionalisme, kolaborasi, integritas, inovasi, dan orientasi hasil. Penerapan gerakan ini diharapkan mampu menciptakan keseragaman budaya kerja yang produktif dan berdaya saing tinggi di seluruh lingkungan kerja PTPN.

Namun, dalam praktiknya, proses internalisasi Gerakan *One PTPN One Culture* masih menghadapi sejumlah tantangan, Kendala yang kerap muncul dalam proses komunikasi ialah ketidakjelasan pesan, yang berpotensi menimbulkan salah tafsir atau tindakan yang keliru, penyaringan informasi berlebihan, minimnya keterbukaan, serta penyebaran informasi yang tidak akurat juga dapat mengganggu keharmonisan dan menurunkan produktivitas organisasi. Apabila permasalahan tersebut tidak segera diatasi, maka dapat berdampak negatif terhadap budaya organisasi serta menghambat efektivitas kolaborasi lintas departemen. (Razak et al., 2025)

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan gerakan *One PTPN One Culture* tidak hanya bergantung pada kebijakan manajemen, tetapi juga pada bagaimana bagian SDM mengelola komunikasi internal secara efektif dan berkelanjutan. Komunikasi yang dijalankan oleh SDM bukan sekedar menyampaikan informasi, melainkan juga membangun pemahaman dan kesadaran bersama agar nilai-nilai budaya tersebut dapat terinternalisasi dalam perilaku kerja karyawan sehari-hari. Walaupun dihadapkan pada sejumlah kendala, penerapan komunikasi yang bersifat adaptif dan strategis dapat menjadi solusi untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut melalui proses evaluasi yang dilakukan secara berkala sehingga terus memperkuat serta mendukung penerapan budaya kerja di lingkungan perusahaan. (Siregar & Tanjung, 2025)

Penelitian ini menjadi relevan karena di era transformasi organisasi saat ini, kemampuan SDM dalam menjalankan fungsi komunikasinya menjadi kunci untuk menciptakan budaya kerja yang solid dan adaptif. Melalui komunikasi yang baik, SDM dapat memperkuat keterlibatan karyawan (*employee engagement*), menumbuhkan rasa memiliki terhadap perusahaan, serta membentuk perilaku kerja yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis memutuskan untuk mengangkat judul **“Efektivitas Komunikasi SDM dalam meningkatkan pemahaman karyawan mengenai Gerakan *One PTPN One Culture* pada PTPN IV Regional 2”**. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran SDM sebagai komunikator internal dalam mendukung keberhasilan internalisasi budaya kerja di lingkungan PTPN IV Regional 2.

1.2 Pembatasan Masalah

Penelitian ini hanya terfokus pada komunikasi internal yang dilakukan oleh bagian SDM PTPN IV Regional 2 dalam menyosialisasikan dan menginternalisasikan Gerakan *One PTPN One Culture* di lingkungan PTPN IV Regional 2.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana bentuk dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh bagian SDM PTPN IV Regional 2 dalam menyosialisasikan gerakan *One PTPN One Culture* di PTPN IV Regional 2?

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bentuk serta strategi komunikasi yang dilakukan oleh bagian SDM PTPN IV Regional 2 dalam menyosialisasikan gerakan *One PTPN One Culture* di PTPN IV Regional 2.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademis

Manfaat akademis adalah sebagai salah satu bentuk persyaratan dan pemenuhan kewajiban dalam penyusunan tugas akhir pada jenjang Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi FISIP UMSU.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis adalah untuk melihat gambaran secara umum dan nyata

kondisi yang ada di lapangan dengan teori-teori yang didapatkan selama di bangku kuliah dan memperkaya kajian ilmu komunikasi organisasi, khususnya mengenai efektivitas komunikasi dalam membangun budaya perusahaan yang selaras dengan visi dan nilai korporasi.

1.5.3 Manfaat Praktis

Manfaat praktis adalah sebagai pembelajaran dan sarana untuk mengasah kemampuan bagi peneliti dalam menerapkan teori komunikasi ke dalam praktik nyata di lingkungan organisasi dalam membangun budaya organisasi.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan uraian mengenai latar belakang penelitian yang menjelaskan alasan dan urgensi penelitian dilakukan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian maupun batasan masalah agar fokus penelitian tetap terarah.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Pada bab ini memuat landasan teori dan konsep yang relevan dengan penelitian untuk digunakan sebagai dasar dalam menyelesaikan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Diuraikan pula lokasi dan waktu

penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menyajikan temuan penelitian berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi di lapangan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dan dihubungkan dengan teori-teori yang telah dikemukakan pada Bab II.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan yang merangkum hasil penelitian secara ringkas dan padat sesuai dengan tujuan penelitian, serta saran yang bersifat konstruktif untuk pihak perusahaan maupun peneliti selanjutnya. Kesimpulan difokuskan pada hasil analisis sementara saran diarahkan pada perbaikan strategi komunikasi internal agar proses sosialisasi budaya kerja lebih optimal.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Efektivitas Komunikasi

Komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan menghasilkan respons sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Dalam konteks organisasi, efektivitas komunikasi mencerminkan keterbukaan, kejelasan pesan, serta dampak positif dari informasi yang disampaikan. Proses komunikasi dianggap berhasil apabila terjadi kesamaan pemahaman, partisipasi aktif antaranggota, dan minimnya kesalahpahaman yang dapat menghambat jalannya informasi. Dengan demikian, komunikasi yang efektif akan mendorong tercapainya tujuan organisasi melalui penyampaian pesan yang jelas, tepat, dan berpengaruh terhadap perilaku penerimanya. (Akbar & Yuliana, 2023)

Menurut Cutlip dalam *Effective Public Relations*, komunikasi yang efektif dalam program hubungan masyarakat melibatkan tiga komponen utama, yaitu pengirim pesan (komunikator), pesan itu sendiri, dan penerima (komunikan). Efektivitas komunikasi tercapai apabila ketiga unsur tersebut berfungsi dengan baik serta mengikuti prinsip *7C of Communication*, yakni :

- 1) Kredibilitas (*Credibility*)

Kredibilitas adalah tingkat kepercayaan publik terhadap komunikator yang terbentuk melalui kemampuan, keahlian, dan sikap profesional dalam menyampaikan pesan secara objektif.

2) Konteks (*Context*)

Konteks adalah situasi sosial dan media pendukung yang memungkinkan komunikasi berlangsung efektif serta mendorong partisipasi dan umpan balik dari publik.

3) Isi (*Content*)

Isi adalah pesan yang disusun dengan jelas, relevan, dan bermakna bagi penerima agar tujuan komunikasi dapat dipahami secara tepat.

4) Kejelasan (*Clarity*)

Kejelasan adalah penggunaan bahasa yang sederhana, transparan, dan mudah dipahami agar pesan tidak menimbulkan makna ganda.

5) Kontinuitas dan Konsistensi (*Continuity and Consistency*)

Kontinuitas dan konsistensi adalah penyampaian pesan secara berulang dan selaras agar informasi mudah diingat dan tidak menimbulkan kontradiksi

6) Saluran (*Channel*)

Saluran adalah media atau alat komunikasi yang dipilih sesuai dengan karakteristik dan kebiasaan audiens agar pesan tersampaikan secara efektif.

7) Kapasitas atau Kemampuan Audiens (*Capability of the Audience*)

Kapasitas audiens adalah kemampuan individual penerima pesan dalam memahami informasi sesuai dengan pengetahuan, waktu, dan kebiasaan yang dimilikinya. (Afizha & Kholik, 2021; Handaru, 2017)

2.2 Komunikasi Organisasi

2.2.1 Pengertian komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian dan pertukaran informasi yang berlangsung di dalam suatu organisasi tertentu. Setiap organisasi memiliki dua bentuk struktur, yakni struktur formal dan struktur informal. Dengan demikian, dalam konteks komunikasi organisasi, komunikasi antarpribadi memegang peranan yang esensial sebagai elemen utama dalam menjaga kesinambungan interaksi dan koordinasi antarindividu di lingkungan organisasi. (Sari & Basit, 2018)

Komunikasi organisasi melibatkan pertukaran pesan secara formal maupun informal yang memungkinkan setiap anggota organisasi memahami perannya, tanggung jawabnya, serta nilai-nilai yang dianut oleh organisasi tersebut. Dengan demikian, komunikasi organisasi bukan sekadar penyampaian pesan, tetapi juga membangun kesamaan makna dan arah tindakan di lingkungan kerja.

2.2.2 Fungsi komunikasi organisasi

Fungsi komunikasi organisasi diantaranya, ialah :

1. Menghubungkan berbagai unsur yang berinteraksi di setiap tingkatan organisasi, sehingga tercipta rasa solidaritas dan loyalitas antar anggota.
2. Memungkinkan seluruh jajaran pimpinan untuk memahami kondisi di setiap bidang yang menjadi tanggung jawabnya, sehingga proses pengendalian operasional dapat berjalan lebih efisien.
3. Mendorong peningkatan tanggung jawab setiap anggota organisasi serta melibatkan mereka dalam kepentingan bersama, yang pada akhirnya

menumbuhkan rasa keterlibatan (*sense of involvement*), rasa memiliki (meluhandarbeni), dan rasa menjadi bagian dari organisasi (*sense of belonging*).

4. Menumbuhkan saling pengertian dan saling menghargai antar individu dalam melaksanakan tugas masing-masing, sehingga memperkuat rasa persatuan dan semangat kebersamaan atau *esprit de corps*. (Sari et al., 2022)

2.2.3 Hambatan Komunikasi Organisasi

Dalam upaya melakukan koordinasi untuk mewujudkan komunikasi yang efektif, organisasi kerap menghadapi berbagai hambatan dalam proses penyampaian pesan di lapangan. Hambatan tersebut, yang oleh para ahli komunikasi disebut sebagai *distorsi*, merupakan gangguan yang dapat memengaruhi kejelasan dan ketepatan pesan. Setiap proses komunikasi pada dasarnya tidak terlepas dari kemungkinan munculnya kendala atau gangguan.

Lebih lanjut, Ron Ludlow dan Fergus Panton menguraikan bahwa distorsi komunikasi dapat disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain perbedaan status (*status effect*), masalah semantik (*semantic problems*), perbedaan persepsi (*perceptual distortion*), perbedaan budaya (*cultural differences*), gangguan fisik (*physical distraction*), pemilihan saluran komunikasi yang kurang tepat (*poor choice of communication channel*), serta tidak adanya umpan balik (*no feedback*). Faktor-faktor tersebut dapat menghambat efektivitas komunikasi dan menurunkan kualitas koordinasi dalam organisasi. (Harivarman, 2017)

2.3 Komunikasi Internal

2.3.1 Konsep dan tujuan

Menurut Lawrance D. Brennan dalam Effendy, komunikasi internal merupakan proses pertukaran gagasan antara pimpinan dan karyawan dalam suatu perusahaan atau lembaga yang berperan dalam membentuk struktur organisasi secara khas. Proses ini melibatkan pertukaran informasi secara horizontal maupun vertikal di dalam organisasi, yang memungkinkan kegiatan operasional dan manajerial dapat berjalan dengan baik. (Rizkyana et al., 2024)

Salah satu tujuan utama dari komunikasi internal adalah untuk membantu individu dalam melaksanakan tugasnya secara optimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal merupakan bidang kajian yang luas, dengan variasi yang signifikan antarorganisasi terkait dengan isi, struktur, serta pengelolaannya. (Munthe & Tiorida, 2017)

2.3.2 Media dan strategi komunikasi internal

Media internal memiliki peran yang sangat signifikan dalam membangun komunikasi antara manajemen dan karyawan agar tercipta kesamaan tujuan serta persepsi. Keberadaan media ini menjadi sarana penghubung yang efektif antara pihak manajemen dengan seluruh anggota organisasi, sekaligus menjadi medium penyampaian informasi bagi publik internal perusahaan. Bentuk media internal dapat berupa majalah, buletin, newsletter, koran, hingga situs web perusahaan. Tujuan utamanya adalah menyebarluaskan informasi terkait kebijakan perusahaan kepada karyawan, membentuk karakter individu yang lebih positif, meningkatkan produktivitas, serta menumbuhkan loyalitas terhadap perusahaan. (Sari et al., 2022).

Dalam konteks komunikasi internal, perencanaan strategis mencakup analisis mendalam terhadap kebutuhan komunikasi antar generasi di lingkungan kerja. Dengan demikian, strategi komunikasi internal tidak hanya menekankan pada penyampaian informasi, tetapi juga pada upaya memahami dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai karakteristik dan latar belakang karyawan yang beragam. (Rahmanda et al., 2025)

2.3.3 Peran Komunikasi Internal

Komunikasi internal berperan penting dalam menjaga keberlanjutan organisasi, khususnya dalam memengaruhi tingkat kinerja karyawan. Efektivitas komunikasi internal mencerminkan sejauh mana informasi dapat disampaikan, diterima, dan dipahami secara optimal oleh seluruh unsur organisasi. Lebih dari sekadar sarana pertukaran informasi, komunikasi yang efektif berfungsi sebagai media untuk membangun keterlibatan, memperkuat kolaborasi, serta menumbuhkan budaya kerja yang produktif. Tanpa adanya komunikasi internal yang efektif, organisasi berisiko mengalami hambatan dalam mencapai tujuan karena arahan yang diterima karyawan menjadi tidak jelas, semangat kerja menurun, dan potensi konflik meningkat. (Rizkyana et al., 2024)

Efektivitas komunikasi internal dapat diukur melalui berbagai aspek, seperti kejelasan pesan, kelengkapan informasi, konsistensi penyampaian, serta kesesuaian saluran komunikasi yang digunakan. Apabila pesan yang dikomunikasikan oleh pihak manajemen disampaikan secara jelas, terstruktur, dan mudah dipahami, karyawan akan lebih mampu melaksanakan tugasnya dengan baik. Sebaliknya, komunikasi yang tidak terarah atau ambigu dapat

memunculkan kesalahpahaman yang berdampak pada penurunan kinerja. Ketika instruksi kerja tidak dipahami secara tepat, potensi kesalahan dalam pelaksanaan tugas akan meningkat dan berpengaruh negatif terhadap produktivitas serta kualitas hasil kerja. (Rizkyana et al., 2024)

2.4 Peran Komunikasi SDM dalam komunikasi internal

2.4.1 Fungsi strategis bagian SDM

Sumber daya manusia memiliki peran yang sangat signifikan dalam menunjang keberhasilan setiap organisasi maupun perusahaan. Keberadaannya menjadi elemen fundamental yang berfungsi mendukung tercapainya tujuan organisasi secara optimal. Keberhasilan organisasi sangat bergantung pada efektivitas penerapan strategi manajemen sumber daya manusia serta kemampuan individu dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya. Hal ini disebabkan karena sumber daya manusia memegang peran sentral dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengambilan keputusan terkait kegiatan operasional organisasi. (Asriyanti et al., 2024)

Sebagai fungsi yang bersifat strategis, manajemen sumber daya manusia (MSDM) tidak hanya berperan dalam kegiatan administratif seperti proses rekrutmen, pelatihan, dan evaluasi kinerja, tetapi juga memiliki tanggung jawab dalam membentuk perilaku kolektif, menanamkan nilai-nilai bersama, serta mengembangkan sistem keyakinan yang dianut oleh seluruh anggota organisasi.

Dalam situasi yang penuh dinamika dan ketidakpastian, terutama dengan hadirnya generasi digital native yang memiliki perspektif berbeda terhadap pekerjaan dan makna kerja, organisasi dituntut untuk mampu menyesuaikan diri secara adaptif terhadap perubahan nilai-nilai tersebut. Oleh karena itu, MSDM

berperan sebagai jembatan yang menyatukan nilai-nilai personal karyawan dengan nilai-nilai strategis organisasi, sehingga tercipta sinergi yang harmonis, kolaboratif, dan produktif. (Depari & Sinambela, 2025)

2.4.2 Tantangan yang dihadapi SDM

Manajemen sumber daya manusia dihadapkan pada berbagai tantangan dalam era transformasi digital, terutama karena adanya kebutuhan mendesak untuk menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kemampuan adaptasi terhadap perubahan yang cepat serta upaya memastikan bahwa tenaga kerja mampu menghadapi ketidakpastian dan kecemasan yang muncul akibat transformasi tersebut. Dalam konteks ini, karyawan dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan proses digitalisasi yang sedang berlangsung.

Peran manajer sumber daya manusia menjadi sangat penting, yaitu dengan menjaga sikap positif di tengah situasi penuh tantangan dan memberikan dukungan kepada karyawan agar tetap kreatif, antusias, serta termotivasi dalam mencapai tujuan organisasi. Untuk itu, pengelolaan sumber daya manusia harus dilakukan secara strategis dan disesuaikan dengan dinamika perubahan yang terjadi. (Saputri et al., 2024)

2.5 Budaya Organisasi dan Internalisasi Nilai

2.5.1 Pengertian budaya organisasi

Budaya organisasi dapat dipahami sebagai suatu sistem makna bersama yang dianut oleh seluruh anggota organisasi, yang berfungsi membedakan satu organisasi dengan organisasi lainnya. Lebih lanjut, Sutrisno mendefinisikan budaya organisasi sebagai seperangkat nilai, keyakinan, dan norma yang

dipahami, dihayati, serta diterapkan secara konsisten oleh anggota organisasi sebagai pedoman dalam bertindak dan menyelesaikan berbagai permasalahan yang muncul di lingkungan kerja.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa budaya organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memperkuat serta mempertahankan budaya yang telah ada melalui upaya sosialisasi yang intensif mengenai visi, misi, nilai-nilai, serta peraturan organisasi. Langkah tersebut bertujuan agar karyawan memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap tugas dan tanggung jawabnya, sehingga pelaksanaan pekerjaan dapat selaras dengan arah dan tujuan strategis perusahaan. (Wijaya et al., 2022)

2.5.2 Proses internalisasi nilai

Internalisasi nilai diartikan sebagai proses penanaman nilai secara mendalam ke dalam diri individu, sehingga dorongan spiritual dan moral seseorang bertindak selaras dengan prinsip yang diyakini, serta memiliki kemampuan untuk mewujudkannya dalam tindakan nyata. Melalui strategi implementasi yang tepat, nilai-nilai perusahaan tidak hanya dipahami sebagai slogan atau konsep abstrak, tetapi menjadi landasan utama bagi perilaku karyawan dalam menjalankan pekerjaannya. Dengan demikian, efektivitas penerapan internalisasi nilai-nilai budaya organisasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pencapaian tujuan perusahaan. Namun, pada kenyataannya masih terdapat organisasi yang memiliki kelemahan dalam strategi internalisasi nilai-nilai budaya tersebut. (Munthe & Tiorida, 2017)

2.6 Gerakan *One PTPN One Culture* dan Tantangan

2.6.1 Konsep Gerakan

One PTPN One Culture adalah inisiatif *Holding* PTPN (*PTPN Group*) untuk menyatukan nilai, perilaku, dan identitas korporat di seluruh unit operasional. Dokumen perusahaan (*PTPN Holding*) menggarisbawahi nilai- nilai seperti integritas, sinergi, dan excellence sebagai inti gerakan. (PTPN III, 2022)

One Culture bukan sekadar slogan, tetapi menjadi arah gerak strategis dalam membentuk insan PTPN yang kolaboratif, adaptif, dan berorientasi pada kinerja unggul. Budaya ini berakar pada filosofi nilai “*ONE*”, yaitu :

1. *Owner Mindset*, yaitu memahami proses bisnis secara menyeluruh serta mempertimbangkan aspek biaya dan manfaat dalam setiap pengambilan keputusan.
2. *Networking*, yaitu mengedepankan kolaborasi yang memberikan nilai tambah, dengan menempatkan kepentingan bersama di atas kepentingan individu atau unit.
3. Excellence, yaitu menjunjung tinggi standar kerja yang terukur, sesuai aturan, serta sadar risiko dalam setiap proses pencapaian target. (PTPN I, n.d.)

2.6.2 Implementasi dan hambatan pada level regional

Pelaksanaan *One PTPN One Culture* di lingkungan PTPN IV Regional 2 dan entitas regional lainnya mencakup langkah-langkah seperti:

1. Sosialisasi nilai-nilai korporat melalui program *culture road-show* yang menyatukan karyawan dari berbagai unit ke dalam pemahaman bersama.

2. Internalisasi nilai seperti *Ownership Mindset, Networking, Excellence (ONE)* untuk membangun budaya kerja yang kolaboratif, adaptif, dan berorientasi kinerja.

3. Penguatan interaksi antar unit kerja dan lintas regional untuk menciptakan kesamaan persepsi dan langkah dalam transformasi budaya kerja.

Implementasi seringkali menemui kesulitan di level operasional, hambatan dalam penerapan *One PTPN One Culture* di tingkat regional dapat terletak pada perbedaan budaya kerja antarunit, keterbatasan media komunikasi internal, serta resistensi sebagian karyawan terhadap perubahan nilai dan perilaku kerja baru. Selain itu, faktor geografis dan kurangnya peran aktif pimpinan unit dalam menyosialisasikan budaya kerja juga menyebabkan penyampaian pesan belum merata, sehingga efektivitas internalisasi nilai-nilai budaya masih belum optimal di seluruh lini organisasi. (PT Riset Perkebunan Nusantara, 2025)

2.7 Hubungan Komunikasi SDM dan Internalisasi Budaya

Secara konseptual, komunikasi SDM bertindak sebagai mediator antara kebijakan korporat (*Gerakan One PTPN One Culture*) dan pemahaman karyawan. Komunikasi internal dapat dimaknai sebagai fondasi utama yang menopang terbentuknya budaya organisasi. Budaya organisasi sendiri berperan dalam menciptakan suasana kerja yang terbentuk dari nilai-nilai, visi, dan misi perusahaan serta mekanisme kerja yang diterapkan. Apabila seluruh anggota organisasi telah memiliki pemahaman dan komitmen yang sama terhadap nilai serta pedoman kerja yang berlaku, maka budaya organisasi akan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap kemajuan perusahaan. Dalam konteks ini,

komunikasi internal berperan penting dalam memperkuat budaya organisasi melalui penerapan komunikasi dua arah, kemampuan interpersonal yang baik, kesadaran terhadap budaya dan risiko, kejelasan serta konsistensi pesan, frekuensi komunikasi yang memadai, proses pembelajaran berkelanjutan, tata kelola manajemen risiko, struktur komunikasi yang efektif, sistem manajemen pengetahuan, serta kepemimpinan yang kuat dan responsif. (Wijaya et al., 2022)

BAB III METODE PENELITIAN

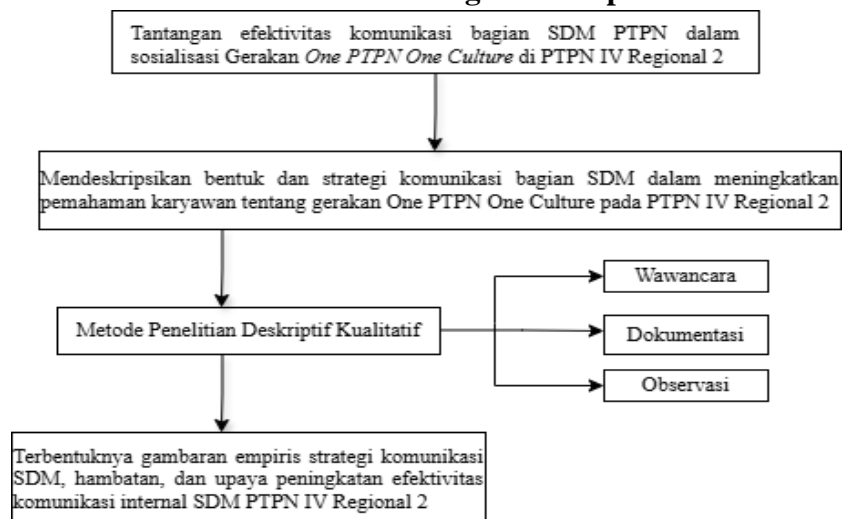
3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif, yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan, memahami, serta mengungkap fenomena, peristiwa, atau gejala tertentu dengan menitikberatkan pada pendeskripsian secara naratif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk memberikan gambaran secara mendalam sehingga diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang terjadi. (Lubis et al., 2021)

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan rancangan berpikir yang tersusun secara logis dan sistematis untuk menjelaskan variabel-variabel yang akan diteliti. Tujuan dari kerangka konseptual adalah membantu peneliti agar proses penelitian berjalan lebih terarah serta sejalan dengan tujuan yang telah ditetapkan. Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber : Olahan Penelitian, 2025

3.3 Definisi Konsep

Agar penelitian ini memiliki batasan yang jelas, maka konsep-konsep utama dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

3.3.1 Efektivitas Komunikasi

Efektivitas komunikasi dalam organisasi mencerminkan sejauh mana pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami, diterima, dan direspons sesuai tujuan yang diharapkan. Dalam konteks penelitian ini, efektivitas komunikasi bagian SDM di PTPN IV Regional 2 berperan penting dalam menyosialisasikan budaya kerja agar nilai-nilai perusahaan dapat diterapkan oleh seluruh karyawan.

3.3.2 Komunikasi SDM

Komunikasi SDM merupakan proses pertukaran informasi yang dilakukan oleh bagian Sumber Daya Manusia dalam organisasi dengan tujuan menyampaikan kebijakan, nilai, dan pesan organisasi kepada karyawan. Komunikasi SDM mencakup kegiatan penyebaran informasi, pelatihan, sosialisasi, dan pembinaan yang ditujukan untuk menumbuhkan pemahaman bersama antara pihak manajemen dan karyawan.

3.3.3 Budaya Kerja

Budaya kerja adalah sistem nilai, norma, dan keyakinan yang dipegang bersama oleh anggota organisasi dan menjadi pedoman dalam bertindak. Dalam konteks PTPN IV, budaya kerja diwujudkan melalui Gerakan *One PTPN One Culture* yang menekankan nilai-nilai integritas, kolaborasi, profesionalisme, dan inovasi.

3.3.4 Gerakan One PTPN One Culture

One PTPN One Culture merupakan program internalisasi nilai budaya yang dicanangkan oleh *Holding* Perkebunan Nusantara (*PTPN Group*) untuk membentuk satu identitas korporasi yang solid. Gerakan ini bertujuan menyatukan seluruh entitas bisnis PTPN agar memiliki semangat, perilaku, dan etos kerja yang seragam sesuai dengan visi perusahaan.

3.3.5 Pemahaman Karyawan

Pemahaman karyawan merujuk pada tingkat kesadaran dan penghayatan individu terhadap pesan, nilai, dan makna yang disampaikan oleh organisasi. Pemahaman ini terbentuk melalui proses komunikasi berulang dan interaksi sosial di lingkungan kerja

3.4 Kategorisasi Penelitian

Table 1. Kategorisasi Penelitian

KONSEP PENELITIAN	KATEGORISASI PENELITIAN
Efektivitas Komunikasi	1. <i>credibility</i>
	2. <i>context</i>
	3. <i>content</i>
	4. <i>clarity</i>
	5. <i>continuity and consistency</i>
	6. <i>channel</i>
	7. <i>capability of the audience</i>

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

3.5 Narasumber

Pemilihan narasumber dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan narasumber berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan data penelitian. (Sugiyono, 2016).

Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini meliputi :

1. Satu orang asisten bagian SDM PTPN IV Regional 2.
2. Dua orang Staf/Karyawan bagian SDM PTPN Regional 2.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu :

3.6.1 Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara merupakan proses interaksi langsung antara peneliti dan partisipan dengan tujuan memperoleh pemahaman mendalam mengenai pengalaman, pandangan, serta persepsi individu terhadap fenomena yang dikaji. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, peneliti telah menyiapkan paduan pertanyaan namun tetap memberikan ruang bagi informan untuk mengemukakan pandangannya secara bebas.

3.6.2 Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap perilaku, interaksi sosial, serta situasi yang terkait dengan fenomena penelitian. Observasi dilakukan secara non-partisipan, artinya peneliti tidak terlibat langsung dalam kegiatan komunikasi, melainkan hanya mengamati aktivitas komunikasi internal, seperti rapat, sosialisasi, atau kegiatan pelatihan

yang dilakukan oleh bagian SDM. Memungkinkan peneliti memahami konteks sosial dan dinamika yang terjadi secara lebih komprehensif.

3.6.3 Dokumentasi

Dokumentasi meliputi penelusuran serta analisis terhadap berbagai dokumen, arsip, maupun bahan tertulis lainnya yang relevan dengan objek penelitian. Dokumen tersebut dapat berupa laporan, surat, catatan, kebijakan, atau publikasi resmi yang memberikan gambaran historis maupun kontekstual terhadap fenomena yang diteliti. (Ardiansyah et al., 2023)

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara interaktif berdasarkan model Saldaña (2016) dan Creswell & Poth (2018) dengan tiga tahapan utama :

3.7.1 Reduksi Data (*Data Reduction*)

Proses pemilihan dan penyederhanaan data dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data diberi kode tematik sesuai kategori seperti strategi komunikasi, kendala penyampaian, dan pemahaman karyawan.

3.7.2 Penyajian Data (*Data Display*)

Data yang telah direduksi disusun dalam bentuk uraian naratif, matriks, atau tabel tematik agar pola dan hubungan antar kategori mudah diidentifikasi.

3.7.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Kesimpulan ditarik secara bertahap dan diverifikasi melalui perbandingan antar data untuk memastikan keabsahan dan konsistensi hasil temuan. Menurut Creswell & Poth, analisis kualitatif adalah proses reflektif yang berlangsung

bersamaan dengan pengumpulan data untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam dan kontekstual. (Vebrianto et al., 2020)

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT Perkebunan Nusantara IV Regional 2, yang berlokasi di Jl. Letjen Suprpto No. 2 Medan, Sumatera Utara. Pemilihan Lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa PTPN IV Regional 2 merupakan salah satu unit kerja yang aktif mengimplementasikan Gerakan *One PTPN One Culture*, sehingga relevan untuk mengkaji bagaimana efektivitas komunikasi SDM dalam meningkatkan pemahaman karyawan terhadap Gerakan tersebut.

Waktu penelitian direncanakan berlangsung mulai dari Oktober 2025 sampai dengan Februari 2026. Dalam periode tersebut, penelitian ini akan melewati beberapa tahapan, mulai dari persiapan penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan hasil akhir.

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah komunikasi internal Sumber Daya Manusia (SDM) di PTPN IV Regional 2. Penelitian ini berfokus pada proses komunikasi yang dilakukan oleh unit SDM dalam menyampaikan informasi terkait Gerakan *One PTPN One Culture* kepada karyawan. Komunikasi internal yang diteliti meliputi bentuk dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh bagian SDM upaya meningkatkan pemahaman karyawan terhadap nilai dan budaya perusahaan. Subjek penelitian terdiri dari Asisten bagian SDM dan Karyawan

bagian SDM yang dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatannya dalam proses komunikasi internal. Penelitian dilaksanakan di PT Perkebunan Nusantara IV Regional 2 pada Oktober 2025 sampai dengan selesai.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil penelitian

4.1.1 Gambaran umum penelitian

PT Perkebunan Nusantara IV Regional II adalah perusahaan yang bergerak pada bidang usaha agroindustri. PT Perkebunan Nusantara IV Regional II mengusahakan perkebunan dan pengolahan komoditas kelapa sawit dan teh yang mencakup 14 pengolahan areal dan tanaman, kebun bibit dan pemeliharaan tanaman menghasilkan, pengolahan komoditas menjadi bahan baku berbagai industri, pemasaran komoditas yang dihasilkan dan kegiatan pendukung lainnya.

Gambar 4.1 Kantor PTPV IV Regional 2



Sumber : Facebook PTPN IV Regional 2

Tata nilai dilingkungan perusahaan PTPN IV Regional 2 telah dilakukan penyempurnaan untuk mewujudkan visi dan misi perusahaan dengan ditetapkannya budaya perusahaan melalui nilai-nilai utama Perkebunan Nusantara group yaitu AKHLAK yang merupakan singkatan dari Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif dan juga *One PTPN One Culture* yang melambangkan semangat yang dimiliki oleh PTPN Group.

One PTPN One Culture bukan sekadar slogan, tetapi menjadi arah gerak strategis dalam membentuk insan PTPN yang kolaboratif, adaptif, dan berorientasi pada kinerja unggul. Budaya ini berakar pada filosofi nilai “*ONE*”, yaitu *Owner Mindset, Networking, dan Excellence*. *One* yaitu memahami proses bisnis secara menyeluruh serta mempertimbangkan aspek biaya dan manfaat dalam setiap pengambilan keputusan. *Networking* yaitu mengedepankan kolaborasi yang memberikan nilai tambah, dengan menempatkan kepentingan bersama di atas kepentingan individu atau unit. Dan *Excellence* yaitu Menjunjung tinggi standar kerja yang terukur, sesuai aturan, serta sadar risiko dalam setiap proses pencapaian target.

4.1.2 Hasil wawancara

Setelah melakukan penelitian dan pengumpulan data di lapangan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi didapatkan berbagai informasi yang berkaitan dengan efektivitas komunikasi sdm dalam meningkatkan pemahaman karyawan tentang gerakan *One PTPN One Culture* pada PTPN IV Regional 2. Wawancara dilakukan terhadap orang yang mempunyai kapasitas dalam objek penelitian yaitu satu orang asisten bagian SDM dan dua orang karyawan bagian SDM PTPN IV Regional 2.

Adapun data Narasumber yang terlibat dalam wawancara, ialah :

Table 2. Data Narasumber

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Jabatan
1.	Abdi Nur Abdul Hakim	29	Laki-Laki	Asisten PSDM & budaya
2.	Fariz Hutasuhut	27	Laki-Laki	Krani PSDM
3.	Zul Ifkar Lubis	38	Laki-Laki	Sekretaris Kabag

Sumber : Olahan data, 2026

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga narasumber dari bagian Sumber Daya Manusia (SDM) PTPN IV Regional 2, diperoleh informasi bahwa bagian SDM memiliki peran strategis dalam menyosialisasikan dan menginternalisasikan gerakan *One PTPN One Culture* kepada seluruh karyawan. Sosialisasi budaya perusahaan tersebut dilakukan secara terencana dan berkelanjutan melalui berbagai kegiatan dan media komunikasi yang disesuaikan dengan kondisi kerja karyawan. Bagian SDM diposisikan sebagai penggerak utama dalam penerapan nilai-nilai budaya perusahaan. Hal ini sebagaimana disampaikan oleh Narasumber 1 yang menyatakan bahwa :

“sebagai bagian yang membidangi SDM dan budaya, kami berperan aktif sebagai penggerak utama dalam sosialisasi *One PTPN One Culture* melalui webinar internal, pelatihan, kegiatan kreatif, serta penyediaan media pendukung seperti banner, spanduk, dan materi digital yang disebar ke seluruh unit kerja.” (Abdi Nur Abdul Hakim, Wawancara, 24 Desember 2025).

Gambar 4.2 Banner *One PTPN One Culture*



Sumber : Olahan data, 2026

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa sosialisasi budaya tidak hanya dilakukan melalui satu pendekatan, melainkan menggunakan berbagai saluran agar pesan dapat menjangkau seluruh karyawan. Berkesinambungan dengan hal tersebut, Narasumber 2 menjelaskan bahwa sosialisasi budaya perusahaan juga dilakukan melalui kegiatan perlombaan dan pengadaan media visual di setiap unit kerja seperti pembuatan banner dan juga spanduk tentang budaya perusahaan. Menurutnya, hal ini dilakukan sebagai pengingat bagi karyawan setiap bekerja agar setiap karyawan dapat menerapkannya dalam kehidupan bekerja.

“Peran sdm dalam menyosialisasikan gerakan itu One PTPN One Culture sejauh ini dari beberapa webinar, atau beberapa perlombaan perlombaan yang dimana tujuannya itu adalah untuk mensosialisasikan apa itu One PTPN One Culture. Supaya lebih mengingat dibuat banner-banner, spanduk, yang dibagi ke setiap gaian dan unit kerja, sebagai pengingat bagi karyawan setiap bekerja agar kemudian nantinya diaplikasikan saat bekerja.” (Fariz Hutasuhut, wawancara, 24 Desember 2025).

Penggunaan media visual berfungsi sebagai pengingat berkelanjutan dalam proses internalisasi budaya organisasi. Media visual yang digunakan oleh bagian SDM berupa banner dan spanduk yang dicetak maupun dalam bentuk digital. Hal ini dapat disimpulkan melalui pernyataan Narasumber 3, yaitu sebagai berikut :

“Mencetak banner ke group unit dan semua karyawan pastinya, melakukan sosialisasi, mencetak banner, spanduk, dan brosur kepada karyawan dalam bentuk PDF ke group unit agar lebih cepat supaya mereka tahu apa itu *One PTPN One Culture*.” (Zul Ifkar Lubis, wawancara, 24 Desember 2025)

Kompetensi, sikap dan profesionalisme bagian SDM sangat memengaruhi tingkat kepercayaan karyawan PTPN IV Regional 2. Bagian SDM merupakan teladan bagi para karyawan dalam menerapkan nilai *One PTPN One Culture*. Dalam meningkatkan pemahaman karyawan dan meningkatkan kepercayaan karyawan bagian SDM senantiasa melakukan sosialisasi baik secara tatap muka melalui kegiatan internal maupun melalui media visualisasi seperti pencetakan banner dan spanduk yang tersebar di seluruh unit kerja dan konten-konten yang dipublikasikan ke media sosial milik PTPN IV Regional 2. Hal ini dikarenakan bagian SDM merupakan penggerak utama dalam penerapan budaya perusahaan. Sebagaimana disampaikan oleh Narasumber 1 :

“Kompetensi dan profesionalisme SDM sangat berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan karyawan. SDM harus menjadi contoh dalam memahami dan menerapkan nilai *One PTPN One Culture*. Ketika SDM menunjukkan komitmen, konsistensi, serta sikap profesional dalam menyampaikan dan menjalankan budaya perusahaan, karyawan akan lebih percaya dan terdorong untuk menerapkan nilai tersebut dalam aktivitas kerja sehari-hari.” (Abdi Nur Abdul Hakim, Wawancara, 24 Desember 2025).

Hal ini menunjukkan bahwa peran bagian SDM kompetensi, sikap, dan profesionalismenya dapat mendorong karyawan untuk menerapkan budaya *One PTPN One Culture* dalam aktivitas kerja sehari-hari. Oleh karena itu, sosialisasi senantiasa yang dilakukan oleh bagian SDM merupakan kunci utama untuk meningkatkan kepercayaan dan juga pemahaman karyawan dalam penerapan nilai-nilai budaya perusahaan.

“Karna saat ini bagian sdm lah sebagai contoh dalam artian sebelum karyawan bagian lain paham harus lebih paham bagian SDM terkait budaya One PTPN One Culture. Dan untuk memengaruhi tingkat kepercayaan karyawaan dapat dilihat dari bagaimana bagian sdm senantiasa melakukan sosialisasi” (Fariz Hutasuhut, wawancara, 24 Desember 2025).

Terkait pesan yang disampaikan, bagian SDM menekankan bahwa *One PTPN One Culture* merupakan pedoman kerja bersama yang mengandung nilai-nilai integritas, seperti nilai *ownership, networking, dan excellence (ONE)*, yang harus diikuti dan diterapkan dalam kehidupan bekerja oleh semua karyawan PTPN. Narasumber 1 menyampaikan bahwa :

“Pesan utama yang kami sampaikan adalah pentingnya menjadikan One PTPN One Culture sebagai pedoman dalam bekerja. Nilai *ownership, networking, dan excellence* ini ditekankan agar karyawan memiliki rasa memiliki terhadap perusahaan, mampu bekerja secara kolaboratif, serta terus meningkatkan kompetensi untuk mendukung kemajuan PTPN IV Regional 2.” (Abdi Nur Abdul Hakim, Wawancara, 24 Desember 2025).

Hal ini juga disampaikan oleh Narasumber 2 melalui pernyataannya, yaitu sebagai berikut :

“Pesan utamanya gimana agar gerakan ini bisa berdampak terhadap kemajuan perusahaan, dengan karyawan yang memiliki rasa memiliki terhadap perusahaan, jadi bisa bekerja dengan integritas, amanah, dan bisa berkolaborasi untuk menyelesaikan pekerjaan dan meningkatkan kompetensinya.” (Fariz Hutasuhut, wawancara, 24 Desember 2025)

Sementara itu, Narasumber 3 menambahkan bahwa budaya *One PTPN One Culture* ini bertujuan untuk membangun perusahaan agar lebih maju dan berkembang, terutama di era digitalisasi *One PTPN One Culture* hadir untuk mengajak karyawan agar lebih unggul, juara dan tumbuh membangun negeri.

“Kalau menurut saya, *One PTPN One Culture* ini mengajak karyawan supaya lebih unggul, lebih juara, bisa terus tumbuh, perannya itukan membangun negeri bukan untuk diri sendiri tetapi untuk semua masyarakat.” (Zul Ifkar Lubis, wawancara, 24 Desember 2025)

Dalam penyusunan dan juga penyesuaian isi pesan diperlukan langkah-langkah yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan efektif sesuai dengan kondisi dan juga kebutuhan setiap karyawan. Oleh karena itu, SDM mengkarakteristikan cara penyampaian pesan menjadi dua, yaitu penyampaian secara langsung atau tatap muka seperti kegiatan sosialisasi, rapat, webinar, dan apel pagi, serta penyampaian secara tidak langsung atau secara virtual yaitu seperti pembuatan banner dan spanduk, dan juga melalui konten-konten yang disebar di media sosial.

“Melihat kondisi karyawan saat ini ada yang dinas, ada yang ditempat tapi sibuk, kalau dilaksanakan sosialisasi dengan zoom meeting tidak semua bisa mengikuti, maka itu kita harus cetak banner dan diletakkan disudut sudut ruangan agar siapa saja bisa melihat, kita share juga dalam bentuk pdf jadi sewaktu senggang dapat membuka di group unit, group asisten, maupun group manajer.” (Zul Ifkar Lubis, wawancara, 24 Desember 2025)

Hal ini menunjukkan adanya upaya adaptasi pesan agar tetap relevan dan efektif. Narasumber 1 juga mengatakan hal yang serupa, yaitu ;

“pesan disampaikan tidak hanya secara langsung, tetapi juga melalui banner, PDF, email, serta grup komunikasi unit kerja agar dapat diakses oleh karyawan yang memiliki keterbatasan waktu dan lokasi kerja.” (Abdi Nur Abdul Hakim, Wawancara, 24 Desember 2025)

Agar gerakan *One PTPN One Culture* mudah dipahami oleh karyawan, Informasi terkait *One PTPN One Culture* juga disampaikan dengan bahasa yang jelas, sederhana, dan didukung oleh konten visual yang menarik. Sebagaimana yang telah disampaikan oleh Narasumber 2, sebagai berikut :

“penyampaian biasanya dimulai dari konten-konten yang menarik yang diupload di media sosial, karena karyawan lebih aktif menggunakan media sosial, jadi dimulai dari visualisasinya dulu baru kemudian disisipkan pesan-pesan budaya agar lebih mudah dipahami.” (Fariz Hutasuhut, wawancara, 24 Desember 2025)

Hal ini menunjukkan bahwa bagian SDM mempertimbangkan media sosial sebagai alat sosialisasi yang mudah dijangkau dan diakses oleh setiap karyawan. Narasumber 1 juga menyampaikan bahwa dengan konten-konten visual yang menarik pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

“Pendekatan ini dipilih agar pesan dapat diterima dengan baik oleh karyawan, sekaligus memudahkan mereka memahami makna dan penerapan setiap nilai budaya perusahaan.” (Abdi Nur Abdul Hakim, Wawancara, 24 Desember 2025).

Selain itu, dalam penyampaian pesan *One PTPN One Culture* setiap unsur budaya dan maknanya dijelaskan secara rinci dan detail. Hal ini dilakukan guna menghindari kesalahpahaman dan juga penafsiran ganda. Narasumber 3 menjelaskan bahwa :

“di dalam banner sudah dijelaskan makna setiap simbol, seperti gerakan tumbuh, juara, dan membangun negeri, agar tidak disalahartikan oleh karyawan.” (Zul Ifkar Lubis, wawancara, 24 Desember 2026)

Narasumber 2 juga menambahkan, sebagai berikut :

“Caranya dalam penyampaiannya itu jelas. Dalam artian, dijelaskan maksudnya apa biasanya sdm menyosialisasikannya secara detail, one itu singkatan dari apa, ownwership itu apa, networking itu apa, dan langkah langkahnya bagaimana.”(Fariz Hutasuhut, wawancara, 24 Desember 2025).

Gambar 4.3 Wawancara dengan Bapak Zul Ifkar Lubis



Sumber : Olahan data, 2026

Sosialisasi *One PTPN One Culture* dilakukan dalam berbagai situasi kerja, seperti kegiatan webinar, apel pagi, serta event internal perusahaan. Situasi kerja dan budaya organisasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap efektivitas sosialisasi. Ketika pimpinan dan karyawan secara konsisten menerapkan nilai *One PTPN One Culture*, hal tersebut akan memperkuat internalisasi budaya dan mendorong karyawan lain untuk mengikuti.

“ketika karyawan yang satu melihat karyawan lain menerapkan dia pun terpacu untuk menerapkan budaya itu juga.” (Fariz Hutasuhut, wawancara, 24 Desember 2025).

Dalam menyosialisasikan *One PTPN One Culture*, SDM memanfaatkan berbagai media sebagai saluran komunikasi. Media komunikasi yang digunakan oleh bagian SDM PTPN IV Regional 2 dalam sosialisasi meliputi media sosial dan media internal perusahaan. Narasumber 1 menjelaskan bahwa :

“media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan Twitter dimanfaatkan karena bersifat visual dan mudah menjangkau karyawan, sementara media internal perusahaan dan media cetak seperti banner digunakan untuk memastikan pesan tersampaikan ke seluruh karyawan.” (Abdi Nur Abdul Hakim, Wawancara, 24 Desember 2025).

Hal ini dijelaskan lebih mendalam oleh Narasumber 2, yang menyatakan sebagai berikut :

“Untuk sementara ini kita lebih aktif di instagram, dimana dalam sekali seminggu atau dua kali sebulan update tentang aktivitas diperusahaan, ataupun konten-konten yang mengulik budaya perusahaan yaitu One PTPN One Culture. Karena pertimbangan bagian SDM ya kalau instagram kan banyak penggunanya, rata rata orang lebih aktif menggunakan instagram dibanding sosial media lainnya.” (Fariz Hutasuhut, wawancara, 24 Desember 2025).

Gambar 4.4 Wawancara dengan Bapak Fariz Hutasuhut



Sumber : Olahan data, 2026

Untuk menjaga konsistensi pesan, bagian SDM menggunakan pedoman resmi *One PTPN One Culture* sebagai acuan utama. Materi sosialisasi disusun berdasarkan pedoman tersebut agar pesan tetap selaras meskipun disampaikan melalui media dan waktu yang berbeda.

“patokan nya dari pengertian One PTPN One Culture itu sendiri, apa itu one, ownership, networking, dan excellence.” (Fariz Hutasuhut, wawancara, 24 Desember 2025).

Dalam menjaga keberlanjutan dan kontinuitas sosialisasi, SDM menjadikan nilai ownership, networking, dan excellence sebagai acuan dan dikembangkan kedalam berbagai bentuk konten sebagai strategi agar nilai-nilai budaya perusahaan konsisten dan selaras.

Konten budaya perusahaan dikembangkan secara kreatif, misalnya melalui video yang dikombinasikan dengan promosi produk PTPN, tanpa mengubah substansi nilai budaya. Pengelolaan akun media sosial oleh tim khusus juga memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap konsisten dan tidak menyimpang dari makna yang telah ditetapkan.

Dalam kegiatan sosialisasi, SDM menegaskan bahwa bentuk sosialisasi terhadap setiap karyawan dilakukan secara seragam dan tidak dibedakan. Narasumber 3 menyampaikan sebagai berikut :

“Kalau cara sosialisasinya sepertinya sama aja terhadap semua karyawan, tidak ada yang beda, dipastikan tidak ada yang tidak tahu apa itu One PTPN One Culture.” (Zul Ifkar Lubis, wawancara, 24 Desember 2025)

Adapun kendala utama yang dihadapi oleh bagian SDM bukan terletak pada proses sosialisasi, melainkan pada tahap penerapan nilai budaya dalam praktik kerja sehari-hari. Narasumber 1 menyatakan bahwa :

“tantangannya adalah memastikan semua karyawan benar-benar menerapkan nilai One PTPN One Culture, sehingga evaluasi dan penguatan terus dilakukan melalui sosialisasi lanjutan.” (Abdi Nur Abdul Hakim, Wawancara, 24 Desember 2025).

Hal ini juga disampaikan oleh Narasumber 2 yang menyebutkan adanya evaluasi berkala melalui kuesioner untuk mengukur tingkat penerapan budaya oleh karyawan. Kendala utama yang dihadapi bukan terletak pada proses sosialisasi, melainkan pada tahap penerapan nilai budaya dalam praktik kerja sehari-hari.

“Masih dilakukan evaluasi berkala dengan pengisian kuisisioner, atau pada saat sosialisasi pasti ada evaluasi untuk melihat bagaimana tingkat karyawan di PTPN IV Regional ini telah menerapkan budaya tersebut.” (Fariz Hutasuhut, wawancara, 24 Desember 2025).

Oleh karena itu, bagian SDM terus melakukan evaluasi dan penguatan melalui sosialisasi lanjutan, sharing session, serta pengisian kuesioner guna mengukur sejauh mana karyawan telah mengimplementasikan nilai *One PTPN One Culture*.

Gambar 4.5 Foto bersama Bapak Zul Ifkar Lubis



Sumber : Olahan data, 2026

Gambar 4.5 Foto bersama Bapak Fariz Hutasuhut



Sumber : Olahan data, 2026

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Efektivitas Komunikasi SDM Dalam Meningkatkan Pemahaman Karyawan Tentang Gerakan *One PTPN One Culture* Pada PTPN IV Regional 2 menunjukkan bahwa bentuk komunikasi yang digunakan oleh bagian SDM PTPN IV Regional 2 bersifat kombinatif, yaitu memadukan komunikasi langsung (tatap muka) dan komunikasi tidak langsung (melalui media). Komunikasi langsung dilakukan melalui sosialisasi, webinar, apel pagi, dan kegiatan internal perusahaan, sedangkan komunikasi tidak langsung dilakukan melalui media sosial, media internal, serta media visualisasi seperti banner dan spanduk. Bentuk komunikasi ini memungkinkan pesan budaya perusahaan dapat disampaikan merata kepada seluruh karyawan.

Berdasarkan teori komunikasi efektif yang dikemukakan oleh Cutlip dalam *Effective Public Relations*, efektivitas komunikasi ditentukan oleh terpenuhinya unsur komunikator, pesan, dan komunikan yang berjalan sesuai dengan prinsip 7C of Communication, yakni *7C of Communication*, yakni Kredibilitas (*Credibility*), Konteks (*Context*), Isi (*Content*), Kejelasan (*Clarity*), Kontinuitas dan Konsistensi (*Continuity and Consistency*), Saluran (*Channel*), Kapasitas atau Kemampuan Audiens (*Capability of the Audience*).

Pada aspek kredibilitas (*credibility*), teori menyatakan bahwa keberhasilan komunikasi sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan audiens terhadap komunikator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bagian SDM memiliki kompetensi, sikap profesional, serta berperan sebagai teladan dalam penerapan nilai *One PTPN One Culture*. Hal ini tercermin dari upaya konsisten

SDM dalam melakukan sosialisasi serta keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan internal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa aspek kredibilitas telah terpenuhi dan sejalan dengan teori Cutlip, karena komunikator mampu membangun kepercayaan karyawan.

Pada aspek konteks (context), teori menekankan pentingnya situasi dan lingkungan komunikasi yang mendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi dilakukan dalam berbagai situasi kerja, seperti webinar, apel pagi, dan kegiatan internal lainnya. Selain itu, adanya interaksi antar karyawan dalam menerapkan budaya juga memperkuat konteks komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa aspek konteks telah berjalan dengan baik karena lingkungan organisasi mendukung proses internalisasi budaya.

Pada aspek isi (content), teori menyatakan bahwa pesan harus relevan, jelas, dan bermakna bagi audiens. Dalam penelitian ini, pesan yang disampaikan oleh SDM berfokus pada nilai-nilai utama One PTPN One Culture, yaitu *ownership*, *networking*, dan *excellence*. Pesan tersebut dirancang sebagai pedoman kerja yang memiliki relevansi langsung dengan aktivitas karyawan. Oleh karena itu, aspek isi dapat dikatakan telah sesuai dengan teori karena pesan memiliki tujuan yang jelas dan relevan.

Pada aspek kejelasan (clarity), teori menekankan penggunaan bahasa yang mudah dipahami untuk menghindari multitafsir. Berdasarkan hasil penelitian, SDM menyampaikan pesan dengan bahasa yang sederhana, disertai penjelasan rinci mengenai setiap nilai budaya, serta didukung oleh media visual seperti banner dan konten digital. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kejelasan

telah terpenuhi karena pesan disampaikan secara transparan dan mudah dipahami oleh karyawan.

Pada aspek kontinuitas dan konsistensi (*continuity and consistency*), teori menyatakan bahwa pesan harus disampaikan secara berulang dan konsisten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi dilakukan secara berkelanjutan melalui berbagai media, seperti webinar, banner, spanduk, serta media sosial. Selain itu, penggunaan pedoman resmi sebagai acuan memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap selaras. Dengan demikian, aspek ini telah sesuai dengan teori karena terdapat kesinambungan dalam penyampaian pesan.

Pada aspek saluran (*channel*), teori menekankan pentingnya pemilihan media yang sesuai dengan karakteristik audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SDM menggunakan berbagai saluran komunikasi, baik secara langsung (*tatap muka*) maupun tidak langsung (*media sosial, banner, PDF*). Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dinilai efektif karena sesuai dengan kebiasaan karyawan. Oleh karena itu, aspek saluran telah terpenuhi karena media yang digunakan variatif dan adaptif terhadap kondisi audiens.

Terakhir, pada aspek kapasitas audiens (*capability of the audience*), teori menyatakan bahwa pesan harus disesuaikan dengan kemampuan audiens dalam memahami informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SDM telah menyesuaikan metode penyampaian dengan kondisi karyawan, misalnya melalui distribusi materi dalam bentuk banner di berbagai lokasi kerja. Hal ini menunjukkan adanya upaya untuk mengakomodasi keterbatasan waktu dan perbedaan karakteristik karyawan. Dengan demikian, aspek ini dapat dikatakan

telah terpenuhi, meskipun tantangan masih terdapat pada tahap implementasi nilai dalam praktik kerja sehari-hari.

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh bagian SDM meliputi penyesuaian pesan dengan kondisi audiens, penggunaan bahasa yang sederhana, serta pemanfaatan media visual dan digital. Strategi ini sejalan dengan prinsip efektivitas komunikasi organisasi yang menekankan pentingnya kesesuaian antara pesan, media, dan karakteristik penerima pesan. Dengan strategi tersebut, pemahaman karyawan terhadap *One PTPN One Culture* dapat ditingkatkan secara bertahap.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keteladanan SDM dan pimpinan menjadi faktor penting dalam efektivitas komunikasi budaya organisasi. Nilai *One PTPN One Culture* tidak hanya disampaikan secara verbal, tetapi juga diperkuat melalui perilaku nyata. Ketika SDM dan pimpinan konsisten menerapkan nilai budaya, karyawan cenderung lebih mudah memahami dan menerima pesan yang disampaikan.

Penggunaan media sosial dan media internal perusahaan juga terbukti mendukung efektivitas komunikasi SDM. Media visual dan digital memungkinkan pesan disampaikan secara menarik, mudah diakses, dan berulang. Hal ini berkontribusi pada peningkatan pemahaman karyawan terhadap makna dan tujuan gerakan *One PTPN One Culture*.

Berdasarkan keseluruhan analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar aspek penerapan teori komunikasi yang efektif pada bagian SDM PTPN IV Regional 2 telah terpenuhi. Namun demikian, kendala utama tidak

terletak pada proses komunikasi, melainkan pada tahap internalisasi dan implementasi nilai budaya oleh karyawan dalam aktivitas kerja sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan penguatan lanjutan melalui evaluasi berkala dan strategi komunikasi yang lebih persuasif agar efektivitas komunikasi tidak hanya tercapai pada tahap penyampaian pesan, tetapi juga pada tahap penerapan nilai budaya organisasi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai bentuk dan strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bagian Sumber Daya Manusia (SDM) dalam menyosialisasikan gerakan *One PTPN One Culture* di PTPN IV Regional 2, maka dapat dirumuskan beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Bentuk komunikasi yang digunakan oleh Bagian SDM dalam menyosialisasikan gerakan *One PTPN One Culture* terdiri atas komunikasi formal dan nonformal. Komunikasi formal dilaksanakan melalui kegiatan terstruktur seperti pelatihan, webinar, apel, serta penyampaian informasi melalui media resmi perusahaan. Sementara itu, komunikasi nonformal dilakukan melalui interaksi sehari-hari, kegiatan internal, serta penyampaian pesan melalui media visual di lingkungan kerja dan juga di media sosial. Kombinasi kedua bentuk komunikasi tersebut memperkuat proses penyampaian dan pemahaman pesan budaya perusahaan.
2. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Bagian SDM bersifat multikanal, yaitu dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi, baik media internal perusahaan maupun media sosial. Strategi ini memungkinkan pesan *One PTPN One Culture* menjangkau seluruh karyawan dengan latar belakang dan kondisi kerja yang beragam, sehingga meningkatkan efektivitas sosialisasi budaya perusahaan.

3. Penyampaian pesan *One PTPN One Culture* dilakukan dengan menyesuaikan konteks dan karakteristik audiens. Penggunaan bahasa yang sederhana, visualisasi yang menarik, serta contoh penerapan nilai budaya dalam aktivitas kerja sehari-hari membantu karyawan memahami makna dan tujuan gerakan *One PTPN One Culture*.
4. Kontinuitas dan konsistensi komunikasi merupakan faktor penting dalam strategi sosialisasi budaya perusahaan. Pengulangan pesan melalui berbagai kegiatan dan media secara berkelanjutan berperan dalam proses internalisasi nilai *One PTPN One Culture* ke dalam perilaku kerja karyawan.
5. Meskipun bentuk dan strategi komunikasi telah berjalan dengan baik, tantangan utama masih terletak pada tahap implementasi nilai budaya dalam perilaku kerja sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan sosialisasi budaya tidak hanya bergantung pada strategi komunikasi, tetapi juga pada keteladanan pimpinan dan penguatan berkelanjutan dalam lingkungan organisasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Kepada bagian Sumber Daya Manusia (SDM), disarankan untuk terus mengembangkan strategi komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif, misalnya dengan melibatkan karyawan secara langsung

dalam pembuatan konten atau kegiatan internal yang berkaitan dengan *One PTPN One Culture*, agar proses internalisasi budaya perusahaan semakin optimal.

2. Kepada manajemen dan pimpinan unit kerja diharapkan dapat meningkatkan peran keteladanan dalam menerapkan nilai *One PTPN One Culture*, sehingga karyawan tidak hanya memahami nilai budaya tersebut secara konseptual, tetapi juga melihat contoh nyata dalam praktik kerja sehari-hari.
3. Kepada Perusahaan disarankan untuk memperkuat mekanisme evaluasi dan monitoring terhadap penerapan nilai *One PTPN One Culture*, misalnya melalui penilaian berkala atau indikator kinerja yang terintegrasi dengan budaya perusahaan, guna memastikan konsistensi penerapan nilai budaya di seluruh unit kerja.

Daftar Pustaka

- PT Riset Perkebunan Nusantara. (2025, May 27). *TRANSFORMASI DAN INTEGRASI BUDAYA KERJA : PT RPN SOSIALISASIKAN SPIRIT ONE PTPN ONE CULTURE*. PT Riset Perkebunan Nusantara. <https://rpn.co.id/beta/transformasi-dan-integrasi-budaya-kerja-pt-rpn-sosialisasikan-spirit-one-ptpn-one-culture>
- Afizha, J., & Kholik, A. (2021). *13683-40735-1-PB*. 3, 111–125.
- Akbar, M. F., & Yuliana, N. (2023). Efektivitas Komunikasi Organisasi Dalam Memberikan Pemahaman Terhadap Peserta Aksi Demonstrasi di Sekolah Mahasiswa Progresif (Sempro) UNTIRTA. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(5), 162–168. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10285433>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Asriyanti, S., Febrianti, A. A., Wulansari, F. N., Mubarak, S., & Anshori, M. , I. (2024). Peran Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktifitas Kerja Karyawan. *PPIMAN Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 08–21. <https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i3.388>
- Depari, O. A., & Sinambela, J. G. A. (2025). Revitalisasi Budaya Organisasi melalui Praktik MSDM Berbasis Nilai: Strategi Adaptif Menuju Keunggulan Kompetitif di Era Disrupsi. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 1300–1305. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2139>
- Handaru, S. (2017). *Efektivitas Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Program SIM Online oleh Satlantas Polrestabes Surabaya*.
- Hardiyanto, S., & Pulungan, D. (2019). *Komunikasi Efektif Sebagai Upaya Penanggulangan Bencana Alam di Kota Padangsidempuan*.
- Harivarman, D. (2017). *HAMBATAN KOMUNIKASI INTERNAL DI ORGANISASI PEMERINTAHAN*.
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid-19. *SiNTESa CERED Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 1, 1039–1045.
- Munthe, K., & Tiorida, E. (2017). Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(1), 86–97.

- PTPN I. (n.d.). *Profil PTPN I*. Retrieved November 12, 2025, from <https://ptpn1.co.id/profil-ptpn-i>
- PTPN III. (2022). *Continue to Grow Towards A Sustainable Business PT Perkebunan Nusantara III (Persero) Annual Report*.
- Rahmanda, E., Feranza, F. Y., Sari, N. J., Putri, S. T., & Ferdiana, R. (2025). Peran Komunikasi Internal dalam Corporate Communication untuk Meningkatkan Employee Engagement. *Konsensus : Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 2(1), 118–132. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i1.620>
- Razak, F. J., Mukti, I., & Nurdyansa. (2025). Efektivitas+EDIT. *Jurnal Riset Multidisiplin Edukasi*, 2, 452–464. <https://journal.hasbaedukasi.co.id/index.php/jurmie>
- Rizkyana, N. P. F., Oktaria, R., Putra, T. F., Muntaz, R., Baso, A. M. F., Ilham, M., & Laksana, A. (2024). Pengaruh Komunikasi Internal Terhadap Kinerja Karyawan. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(5), 5–10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14281418>
- Saputri, L. A., Maulana, M. I., Istiqomah, N. K., & Ratnawati, I. (2024). 77141-75676721974-1-SM. 7, 902–919. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>
- Sari, B. P., Purwinarti, T., & Mariam, I. (2022). *ANALISA PENGELOLAAN MEDIA INTERNAL WEBSITE SMILE PADA PT SEMEN INDONESIA (PERSERO) TBK. (SIG)*.
- Sari, P., & Basit, L. (2018). *KOMUNIKASI ORGANISASI KEPALA DESA DALAM MEMBANGUN KESADARAN MASYARAKAT DESA TERHADAP PEMBANGUNAN DESA*.
- Siregar, A. A., & Tanjung, I. S. (2025). Strategi Komunikasi Internal Biro K3L Dalam Meningkatkan Budaya Keselamatan Kerja di PT PLN (Persero) UIP Sumbagut Internal Communication Strategy of K3L Bureau in Improving Occupational Safety Culture at PT PLN (Persero) UIP Sumbagut. *Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 4(1), 12–20.
- Vebrianto, R., Thahir, M., Putriani, Z., Mahartika, I., Ilhami, A., & Diniya, D. (2020). Bedelau: Journal of Education and Learning Mixed Methods Research: Trends and Issues in Research Methodology. In *Bedelau: Journal of Education and Learning* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.anotero.org/index.php/bedelau/index>

Wijaya, C., Siregar, E. R., Barus, R. A. B., Zahraini, A., M, Y. F. Dela, & Munawaroh, S. (2022). *Pengaruh Komunikasi Internal dalam Membangun Budaya Organisasi*.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bisa menginspirasi ke arah yang lebih baik
nomor dan tanggapan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XU/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

🌐 <https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id 📱 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#) 📺 [umsumedan](#)

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 11 Oktober 2025.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama Lengkap : Reishogy Jasmine Nugraha
NPM : 2203110323
Program Studi : Ilmu komunikasi
Tabungan sks : 119,0 sks, IP Kumulatif ... 3,178

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No	Judul	Persetujuan
1	Pengaruh teori Action Assembly terhadap perilaku Fear of missing out (fomo) pada mahasiswa FISIP UMSU	
2	Efektivitas komunikasi SDM dalam meningkatkan pemahaman karyawan tentang gerakan one PTPN ONE CULTURE pada PTPN IV REGIONAL 2	<i>[Signature]</i> 11 Oktober 2025
3	Komunikasi Humas PTPN IV Regional 2 dalam menjalin hubungan dengan media lokal	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:

Diteruskan kepada Dekan untuk

Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 11 Oktober 2025

Ketua,

[Signature]
Dr. ARHYAR ANSHORI S.Sos, M. Kom
NIDN: 0127048401

Pemohon,

[Signature]
Reishogy Jasmine Nugraha
Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi: Ilmu komunikasi

[Signature]
ABIRAK ADHANI
NIDN:





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [f umsumedan](#) [i umsumedan](#) [u umsumedan](#) [u umsumedan](#)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 1815/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **11 Oktober 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **REISHAQY JASMINE NUGRAHA**
 N P M : 2203110323
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
 Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) : **EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE PTPN ONE CULTURE PADA PTPN IV REGIONAL 2**
 Pembimbing : **Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 015.22.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 11 April 2026.

Ditetapkan di Medan,
 Pada Tanggal, 22 Rabiul Akhir 1447 H
 14 Oktober 2025 M



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pentinggal.

Dekan,

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.
 030017402





UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menandatangani surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KPIPTXU/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fislip.umsu.ac.id> fislip@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 15 November 2025

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : REISHAGY JASMINE NUGRAHA
NPM : 2203110323
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 4815.../SK/IL.3-AU/UMSU-03/F/2025... tanggal dengan judul sebagai berikut :

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN
KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE PTPM ONE CULTURE PADA
PTPN IV REGIONAL 2

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

(*AKHYAR ANSHORI S. SOS. M.*)

(*ABRIL ARHANI*)

(REISHAGY JASMINE NUGRAHA)

NIDN: 0127048401

NIDN: 011117004



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysia Quality Assurance Agency



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 2119/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 03 Desember 2025
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pemimpin Seminar : Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAF	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
6	REISHAQY JASMINE NUSRAHA	2203110323	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE PTPN ONE CULTURE PADA PTPN IV REGIONAL 2
7	ALYA TANEZA LUBIS	2203110108	Dr. FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN AYAM COBEK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN USAHA DI DELIPARK KOTA MEDAN
8	DINA CINTA TIARA ANGELA	2203110227	Dr. SIGIT HARJOYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI ORGANISASI PIMPINAN DENGAN KARYAWAN DALAM MENJAGA KUALITAS PRODUKSI KARET DI PT. BRIDGESTONE SUMATERA RUBBER ESTATE
9	DWIKY ALFIANSYAH	2203110364	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.	PENGUNTAHAN KOMUNIKASI RESPONSIF DALAM MENANGANI KELUHAN NASABAH OLEH CUSTOMER SERVICE BAWK MANDIRI PEMATANG SIANTAR
10	CAESAR AHMAD ZEBUA	2203110027	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. FAZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN TEKNOLOGI KECEKIDASAN BUATAN (AI) DALAM PRODUKSI KONTEN DIGITAL MARKETING OLEH DRIVER ENTERRAINMENT

Medan, 07 Diumadi Akhir 1447 H
7 November 2025 M



SK-4



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya
 Dan menjunjung tinggi nilai-nilai keislaman, keindonesiaan, dan kebhinekaan

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/GK/BAN-PT/Ak-KP/PTXU/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20239 Telp. (061) 6622409 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
 https://fisp.umsu.ac.id fisp@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

SK-5

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : REISHAGY JASMINE NUGRAHA
 NPM : 2203110323
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE PTPN ONE CULTURE PADA PTPN IV REGIONAL 2

No	Tanggal	Isi Bimbingan	Penyaji Bimbingan
1.	9-12-2025	Bimbingan bab I, bab II, bab III	J
2.	16-12-2025	Revisi bab I, bab II, bab III dan sekaius bimbingan draft wawancara	J
3.	22-12-2025	ACC bab I, bab II, bab II sekaius draft wawancara	J
4.	06-01-2026	bimbingan bab IV dan masukan & saran	J
5.	13-01-2026	Revisi bab IV serta masukan pembahasn penelitian	J
6.	19-01-2026	ACC bab IV sekaius bimbingan bab V	J
7.	23-01-2026	ACC bab V dan revisi daftar isi, abstrak, dan daftar pustaka	J
8.	29-01-2026	bimbingan tugas akhir secara keseluruhan	J
9.	03-01-2026	ACC tugas akhir	J

Medan, 3 Februari 2026

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

Dr. Athyar Andhoni, S.Pd., S.Sos., M.Pd.
 NIDN: 0330017402

Arzaq Adnan, S.Pd.
 NIDN: 0127040401



Ace Pb 19/12-25
Alv

PEDOMAN WAWANCARA

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN
KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE PTPN ONE CULTURE PADA PTPN IV
REGIONAL 2**

Reishaqy Jasmine Nugraha

2203110323

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Jabatan :

Pertanyaan Wawancara :

1. Bagaimana peran bagian SDM dalam menyosialisasikan gerakan One PTPN One Culture kepada karyawan di PTPN IV Regional 2?
2. Menurut Bapak/Ibu, bagaimana kompetensi, sikap, dan profesionalisme bagian SDM memengaruhi tingkat kepercayaan karyawan terhadap pesan One PTPN One Culture yang disampaikan?
3. Apa saja pesan utama yang disampaikan oleh bagian SDM kepada karyawan terkait gerakan One PTPN One Culture?
4. Bagaimana bagian SDM menyusun dan menyesuaikan isi pesan agar relevan dengan kebutuhan dan kondisi karyawan?
5. Bagaimana cara bagian SDM menyampaikan informasi agar gerakan One PTPN One Culture mudah dipahami oleh karyawan?
6. Apa upaya yang dilakukan SDM untuk menghindari kesalahpahaman atau penafsiran ganda dalam penyampaian pesan tersebut?

7. Dalam situasi seperti apa sosialisasi gerakan One PTPN One Culture dilakukan oleh bagian SDM?
8. Bagaimana pengaruh situasi kerja, budaya organisasi, atau kondisi lingkungan terhadap efektivitas sosialisasi gerakan One PTPN One Culture?
9. Media atau saluran komunikasi apa saja yang digunakan oleh bagian SDM dalam menyosialisasikan gerakan One PTPN One Culture?
10. Bagaimana pertimbangan SDM dalam memilih saluran komunikasi agar pesan One PTPN One Culture dapat diterima secara efektif oleh karyawan?
11. Bagaimana bagian SDM menyampaikan pesan One PTPN One Culture secara berkelanjutan dan konsisten?
12. Apa strategi SDM untuk memastikan pesan One PTPN One Culture tetap selaras dan tidak berubah meskipun disampaikan melalui waktu dan media yang berbeda?
13. Bagaimana bagian SDM menyesuaikan penyampaian informasi dengan kemampuan dan latar belakang karyawan?
14. Kendala apa saja yang dihadapi oleh bagian SDM dalam menyosialisasikan gerakan One PTPN One Culture kepada karyawan?



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/PT/III/2024
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

Nomor : 2235/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025
 Lampiran : -,-
 Hal : *Mohon Diberikan izin
 Penelitian Mahasiswa*

Medan, 02 Rajab 1447 H
 22 Desember 2025 M

Kepada Yth : Pimpinan PT. Perkebunan Nusantara IV Medan
 Regional II Medan
 di-
 Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
 Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di PT. Perkebunan Nusantara IV Medan Regional II Medan, atas nama :

Nama mahasiswa : **REISHAQY JASMINE NUGRAHA**
 N P M : 2203110323
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
 Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM
 MENINGKATKAN PEMAHAMAN
 KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE
 PTPN ONE CULTURE PADA PTPN IV
 REGIONAL 2**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan,


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.
 NIDN. 0030017402





Nomor : 2SDM/X/025571/XII/2025
Lamp : -
Hal : IZIN RISET SARJANA

Medan, 30 Desember 2025

Kepada Yth :

DEKAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

JL. KAPTEN MUCHTAR BASRI NO.3, GLUGUR DARAT II, KEC. MEDAN TIM., KOTA MEDAN, SUMATERA UTARA 20238

MEDAN

Di - MEDAN

Membalas surat saudara/i nomor 2235/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2025 tanggal : 22 Desember 2025, Mahasiswa/Siswa/i FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK Jurusan ILMU KOMUNIKASI atas nama :

No.	Nama	NPM	Program Studi / Judul
1.	REISHAQY JASMINE NUGRAHA	2203110323	EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE PTPN ONE CULTURE PADA PTPN IV REGIONAL 2

Diizinkan untuk melakukan RISET di Regional II PT Perkebunan Nusantara IV sebagai berikut :

Tempat : REGION OFFICE REGIONAL II
Bagian / Bidang : SDM DAN SISTEM MANAJEMEN
Terhitung mulai tgl. : 24 Desember 2025 s/d 30 Desember 2025

Sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan disampaikan sebagai berikut :

- Berperilaku sopan, mengikuti dan mematuhi seluruh aturan yang berlaku di Perusahaan, selama proses Magang/Riset berlangsung.
- Menjaga kerahasiaan data dan nama baik perusahaan serta semua data yang digunakan hanya untuk kepentingan ilmiah pendidikan.
- Seluruh biaya yang timbul atas pelaksanaan Magang/Riset ini menjadi tanggung jawab pribadi peserta.
- Menggunakan pakaian yang sopan & rapi saat melakukan kunjungan ke lingkungan kerja Regional II PT Perkebunan Nusantara IV.
- Apabila melanggar peraturan yang berlaku, maka Regional II PT Perkebunan Nusantara IV berhak untuk membatalkan proses Magang/Riset dan tidak mengeluarkan surat keterangan.

GM/Manajer/Kepala Bagian yang menerima tembusan surat ini agar dapat membantu segala sesuatunya yang berkaitan dengan keperluan tersebut diatas, serta menjaga kerahasiaan data perusahaan.
Demikian disampaikan.

REGIONAL II PT PERKEBUNAN NUSANTARA IV
Bagian SDM & Sistem Manajemen

Hwin Dwi Putera
Kepala Bagian

Tembusan :

- Arsip
- Mahasiswa/Siswa Ybs (Email : reishaqy@gmail.com)

AKHLAK - Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, Kolaboratif

Head Office : Gedung Agro Plaza Lantai 8

Jl. H. R. Rasuna Said Kav X2 - 1, Jakarta 12950

+62 21 3119000 +62 21 3119001

ptpnusantara4@ptpn4.co.id

Regional II - Medan

Jl. Letjen R. Suprpto No.2 Kota Medan 20151

+62 61 4154666

regional2@ptpn4.co.id



SURAT KETERANGAN

No. 2SDM/SK/25571/I/2026

Sehubungan dengan Surat Kami No. 2SDM/X/025571/XII/2025 tanggal 30 Desember 2025 mengenai izin RISET, kami sampaikan bahwa Mahasiswa/Siswa/i Jurusan ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA atas nama :

No.	NAMA	NIM	PROGRAM STUDI / JUDUL
1	REISHAQY JASMINE NUGRAHA	2203110323	EFEKTIVITAS KOMUNIKASI SDM DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN KARYAWAN TENTANG GERAKAN ONE PTPN ONE CULTURE PADA PTPN IV REGIONAL 2

Adalah benar telah selesai melaksanakan Riset/ Pengambilan Data di PT Perkebunan Nusantara IV Medan.

Unit : REGION OFFICE REGIONAL II
 Bagian : SDM DAN SISTEM MANAJEMEN
 Tmt Riset : 24 Desember 2025 s/d 28 Januari 2026

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya hanya untuk kepentingan riset.

Medan, 28 Januari 2026

PT PERKEBUNAN NUSANTARA IV



Hwin Dwi Putera
Kepala Bagian

AKHLAK - Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif

Head Office: Gedung Agro Plaza Lt. 8
 Jl. H.R. Rasuna Said Kav X2 No.1
 Telp : +62 21 31119000
 Email : ptpnusantara4@ptpn4.co.id

Regional II - Medan
 Jl. Letjend Suprpto No 2 Medan
 Telp : +62 61 4154666
 Email : ptpnusantara4@ptpn4.co.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Reishaqy Jasmine Nugraha
Tempat / Tanggal Lahir : Medan / 26 Desember 2003
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Beringin No. 34 Psr 7, Percut sei tuan.
Anak ke : 1 dari 4 bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah : Roy Nugraha Syahputra
Nama Ibu : Nova Trisuci
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Beringin No. 34 Psr 7, Percut sei tuan.

Pendidikan Formal

TK : Al - Fithriah Medan
SD : SD Swasta Darma Medan
SMP : SMP Negeri 2 Medan
SMA : SMA Negeri 13 Medan
S1 : Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara