

Program cardigative program komunikasi internal PT Cardig Air Jakarta sebagai upaya untuk meningkatkan komunikasi informal dalam kegiatan sehari hari di perusahaan dan menciptakan medium komunikasi internal perusahaan = Program cardigative internal communications program PT Cardig Air Jakarta for efforts to improve informal communication in daily activities in the company and to create internal communications medium company

Regina Pinasthika Hapsari Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20405078&lokasi=lokal>

Abstrak

RINGKASAN EKSEKUTIF

1. Berdasarkan struktur organisasi PT Cardig Air dan wawancara singkat dengan Bapak Andri Budiman, diketahui bahwa PT Cardig Air tidak memiliki fungsi khusus untuk menangani komunikasi korporasi di dalam perusahaan. Sebaliknya, fungsi komunikasi korporasi ditangani oleh pihak pemangku kepentingan internal perusahaan yang berada dalam bagian divisi Corporate Secretary, yaitu HR & GA Group Head, Bapak Andri Budiman. Saat ini, PT Cardig Air belum memerlukan posisi khusus yang memiliki keahlian dalam menangani fungsi komunikasi korporasi perusahaan, karena karyawan yang berada dibawah divisi Corporate Secretary masih bisa menangani hal-hal yang berkaitan dengan fungsi komunikasi korporasi perusahaan. Yang diperlukan adalah kerjasama antar para karyawan di dalam divisi Corporate Secretary sehingga dapat menangani hal-hal yang berkaitan dengan fungsi korporasi komunikasi perusahaan dengan baik.
2. Terdapat empat program komunikasi internal di PT Cardig Air, yaitu Town Hall Meeting, Board of Directors Meeting, Meeting Bomb, dan Basic Induction. Namun, keempat program tersebut masih terbatas terkait waktu dan media yang digunakan. Keterbatasan waktu yang terjadi adalah keempat program komunikasi internal tersebut dikarenakan hanya pada satu waktu yang telah terjadwal. Hal ini menyebabkan tidak semua pihak pemangku kepentingan internal perusahaan dapat hadir dalam kegiatan rapat atau pertemuan tersebut.
3. Terdapat keterbatasan medium komunikasi yang digunakan, sehingga hasil dari rapat yang dilaksanakan tidak dapat diketahui oleh seluruh pihak pemangku kepentingan internal perusahaan, sehingga informasi tidak dapat disebarkan dengan lengkap dan terdistribusi sempurna.
4. Keempat program komunikasi internal perusahaan tersebut seluruhnya bersifat formal dan hanya memfasilitasi komunikasi formal antara seluruh pihak pemangku kepentingan internal perusahaan. Komunikasi horizontal yang terjalin antar para karyawan, antar para jajaran direksi, dan antar para kepala divisi sudah cukup baik. Namun, komunikasi vertikal yang terjalin antara atasan dan bawahan kerap kali terdapat hambatan yaitu terjadinya kesalahpahaman dalam arus komunikasi yang terjadi diantara beberapa pihak pemangku kepentingan internal perusahaan, baik saat berbicara dan/atau saat menyampaikan suatu informasi. Hambatan dalam komunikasi tersebut seperti penggunaan intonasi yang tinggi yang dapat menyebabkan terjadinya kesalahpahaman.

Pernyataan Masalah

1. Tidak adanya program komunikasi internal yang dapat memfasilitasi dan meningkatkan komunikasi informal antara pihak-pihak pemangku kepentingan internal perusahaan.
2. Tidak adanya medium teknologi komunikasi internal yang tidak dibatasi waktu, sehingga informasi antar pihak pemangku kepentingan internal perusahaan terhambat.

Tujuan Program

Program komunikasi internal bertujuan untuk meningkatkan komunikasi informal antar para pihak pemangku kepentingan internal perusahaan dan menciptakan medium teknologi komunikasi internal yang tidak dibatasi waktu.

Strategi Program

Menyusun satu rangkaian program komunikasi internal dengan tema ?Cardigative? yang terdiri dari tiga kegiatan. Kegiatan outbound dan malam berbagi, serta malam apresiasi untuk seluruh pihak pemangku kepentingan internal perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan komunikasi informal antar para pihak pemangku kepentingan internal perusahaan, dan menciptakan medium teknologi komunikasi internal yaitu intranet perusahaan yang tidak terbatas waktu untuk mendistribusikan pesan dengan sempurna.

Khalayak Sasaran

Seluruh pemangku kepentingan internal PT Cardig Air di wilayah Jakarta, yakni daerah Gambir dan Halim Perdanakusumah. Program komunikasi internal perusahaan ini merupakan proyek percobaan untuk PT Cardig Air, maka dari itu program komunikasi internal ini hanya menyasar pihak pemangku kepentingan internal perusahaan yang berada di wilayah Jakarta.

Pesan Kunci

Rangkaian program memiliki tema besar ?Cardigative?. Ketiga program yang ada di dalam rangkaian program ?Cardigative? memiliki kekonsistenan dalam mengembangkan partisipasi aktif dan kreativitas pihak pemangku kepentingan internal PT Cardig Air. Pesan kunci program ini adalah PT Cardig Air percaya bahwa partisipasi aktif dan komunikasi yang baik diantara keluarga besar PT Cardig Air merupakan kunci kesuksesan dari kinerja perusahaan.

Program

Program Komunikasi Internal :Cardigative"

1. Cardig Air Weekend
2. Cardig Air Awarding Night
3. Cardig IntraComm

Jadwal

Januari ? Desember 2015

Anggaran

Rp 996.720.000,-

Evaluasi

Metode evaluasi yang digunakan adalah:

- Daftar kehadiran pada masing-masing program
- Survei dan wawancara mendalam;EXECUTIVE SUMMARY

<hr>

EXPLANATION

Situation Analysis

1. Based on the organizational structure of PT Cardig Air and an interview with Mr. Andri Budiman, it is known that PT Cardig Air does not have a specific function to manage corporate communications within the company. Corporate communications function is handled by all internal stakeholders that are in part of the Corporate Secretary division, under the command of HR & GA Group Head, Mr. Andri Budiman. Currently, PT Cardig Air does not need a special position with expertise in dealing with the company's corporate communications functions, because the employees under the Corporate Secretary division can still handle matters relating to the company's corporate communications function. What is needed is cooperation among all employees in the division of Corporate Secretary so that they can deal with matters relating to a good corporate communications function.
2. There are four internal communication programs in PT Cardig Air Jakarta: Town Hall Meeting, Board of Directors Meeting, Meeting Bomb, and Basic Induction. However, these four programs are still limited due to the time and media used. The limitation is the fact that these programs are executed only when they are scheduled in advance. Due to this, not all stakeholders can attend the internal corporate meeting or the meeting activities.
3. Limitations in the communication medium to distribute the meeting result have prevented the meeting result to be distributed among the internal stakeholders of Cardig and hence causes ineffectiveness in information distribution.
4. All internal communications programs entirely formal and only facilitate formal communication among all internal stakeholders. Horizontal communication that exists among all employees, among all the board of directors, among all the head divisions is good enough. However, vertical communication that exists between superiors and subordinates often have a misunderstanding situation in communication flow that occurs between some of internal stakeholders of the company, both during converse and/or when delivering information. Barriers in the communication such as the use of high intonation that causes misunderstanding.

Problem Statement

1. The absence of an internal communications program that can facilitate and improve the informal communication between the internal stakeholders of the company.
2. The absence of the internal communication technology media that is not limited by time, so that information between all of internal stakeholders can be distributed anytime.

Goals

The internal communications program aims to improve the informal communication between all the internal stakeholders and creating the internal communication technology media which is not limited by time.

Strategy

Develop a whole of internal communications program with the theme "Cardigative" which consists of three activities. Outbound activities and night sharing activities, as well as an appreciation night activities for all internal stakeholders of the company that aims to increase informal communication among all internal stakeholders of the company. The other activity is creating internal communications medium technology "intranet", which is not limited by time to distribute all messages perfectly.

Target Audiences

All of the internal stakeholders of PT Cardig Air Jakarta, Gambir and Halim Perdanakusumah. This internal communications program is a pilot project for PT Cardig Air, therefore the internal communications program is only targeting the internal stakeholders of the company which is located in Jakarta.

Key Message

A whole of internal communications program has a big theme "Cardigative". These three sub-programs that are in the range of "Cardigative" program have consistency in developing active participation and creativity of the internal stakeholders of PT Cardig Air. A key message of this program is PT Cardig Air believes that active participation and good communication among PT Cardig Air families are the keys to a successful company performance.

Program

Internal Communications Program "Cardigative"

1. Cardig Air Weekend
2. Cardig Air Awarding Night
3. Cardig IntraComm

Timeline

January - December 2015

Budgeting

Rp 996.720.000,-

Evaluation

Evaluation methods that will be used are:

- Attendance list in each programs
- Survey and in-depth interview