

Implementasi Nilai dan Budaya Organisasi Dalam Komunikasi Organisasi Korporasi Sinar Mas: Pembentukan Identitas oleh Sinar Mas, President Office di Pilar Usaha PT. SMART Tbk.= Corporate Value and Culture Implementation in Sinar Mas Corporate Communication (Creating Corporate Identity by Sinar Mas President Office to its Pillars PT. SMART Ltd.)

Ikhsan Mustafa Nur, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535332&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini membahas tentang penerapan nilai dan budaya organisasi yang menjiwei suatu organisasi menjadi sebuah identitas. Melihat beberapa faktor penting yang mempengaruhi suatu nilai dianggap penting hingga mampu dikembangkan menjadi sebuah budaya organisasi dan penerapannya yang menjadi panduan semua individu di dalam organisasi untuk secara khas membentuk identitas yang menjadi jiwa organisasi. Menjadi penting juga karena nilai dan budaya yang dimiliki suatu organisasi memberikan nilai lebih karena dapat meningkatkan daya saing dan adaptasi organisasi terhadap perubahan dan tantangan yang ada.

Permasalahan yang muncul adalah bagaimana implementasi yang diterapkan Sinar Mas President Office ke semua pilar usaha yang begitu banyak dan memiliki keberagaman lingkup industri. Karena Sinar Mas masih dimiliki oleh keluarga Widjaja, maka nilai dan budaya yang dibawa tentunya masih dipengaruhi oleh keluarga dan budaya Tionghoa. Komunikasi organisasi yang dilakukan diharapkan mampu menjangkau beragam pilar usaha yang ada. Dibutuhkan program dan infrastruktur yang dapat mawadahi arus komunikasi antar pilar usaha. Tujuannya menciptakan identitas yang seragam dan jiwa yang sama tas kesamaan semangat kekeluargaan dan sejarah yang sama sebagai satu keluarga besar Sinar Mas.

Subjek penelitian adalah Sinar Mas, sebuah korporasi besar yang memiliki beragam lingkungan industri dalam pilar-pilar usahanya. Menanamkan nilai dan budaya yang sama ke tiap pilar usahanya. Data penelitian bersumber dari wawancara mendalam (in depth interview) dan studi dokumen yang hasilnya bersifat meberikan pandangan baru mengenai penanaman nilai dan budaya organisasi di dalam korporasi besar seperti Sinar Mas. Peran President Office sebagai pengelola brand Sinar Mas untuk semua unit usaha Sinar Mas hingga ke pilar usaha yang diwakili oleh pilar usaha PT. SMART Tbk. Subjektifitas peneliti berasal dari posisinya di lingkungan pekerjaan President Office yang mungkin dapat memberikan pandangan terlalu subjektif. Namun dengan ini peneliti dapat bersifat partisipatif dan mendalami masalah dari berbagai sumber informasi.

President Office melalui strategi 3P (people, planet, dan profit) dan didukung dengan Our Shared Value (OSV) yang diprakarsai PT. SMART Tbk. mensosialisasikan dan menerpakan nilai dan budaya Sinar Mas. Membawa filosofi kehidupan Eka TJipta Widjaja sebagai pendiri Sinar Mas sebagai nilai dasar. OSV sendiri yang awalnya dibuat oleh PT. SMART Tbk untuk peningkatan kualitas manusia di dalamnya, ke depannya OSV akan terus disosialisasikan di dalam internal seluruh Sinar Mas. OSV menjadi bucaya korporat yang diformalkan.

.....This thesis examined the implementation of organizational values ??and culture that ensoul an organization and later becomes a corporate identity. Observe at some of the important factors that affect those key values, which later able transform into a corporate culture. The implementation of corporate

culture within the whole organization, specifically could built corporate identity which could become a cornerstone to increase competitiveness and adaptability of the company.

A question arise when President Office Sinar Mas tried to implement those corporate value within whole Sinar Mas business pillars which have a diverse nature and range of industries. Since Sinar Mas itself was founded by Eka Tjipta Widjaja and still at a present managed by his descent, wherein the author believes are greatly influenced not only by family ties, but also Chinese values and culture. In this situation, organizational communication must be able to penetrate the boundaries within various business pillar who gathered under Sinar Mas brand. Companies need a program and infrastructure which able to facilitate communication flow within Sinar Mas. The goal is to create a one corporate identity which apply across whole Sinar Mas business pillars, based on spirit of brotherhood and equality as a family.

The subjects were Sinar Mas, a major corporation that has a wide variety of business pillars, and trying to find the most appropriate way to implement similar culture and values to each of them. The data were gathered from literature studies and in-depth interviews to gain an alternative insights related to implementing values and culture within major corporation. There were some subjectivity since the author work for President Office Sinar Mas as well. That is why the author put participatory sampling and tried to explore whole issues by various resources.

This research found that President Office Sinar Mas implementing people, planet, and profit policy (3P) and also supported by Our Shared Value (OSV) initiated PT. SMART Tbk. for optimizing socialization of Sinar Mas value and culture. Those policy implemented proven to be effective to disseminate, Eka Tjipta Widjaja philosophy throughout Sinar Mas business pillars, as a basic corporate value. OSV itself originally made by PT. SMART Tbk to improve the quality of their human resources