

## Perencanaan dan manajemen humas dalam penyebaran budaya perusahaan melalui media internet (kasus: bank permata pasca merger)

Helena Satriani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20288864&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

#### <b>ABSTRAK</b><br>

Pada bulan November 2001 Komite Kerja Sektor Keuangan DPRRI, memutuskan untuk melanjutkan program restrukturisasi lima Bank Swasta Nasional yaitu Bank Bali, Bank Universal, Bank Prima Express, Bank Artamedia serta Bank Patriot, melalui mekanisme merger. Adapun tujuan dari merger tersebut adalah untuk membentuk bank yang kuat struktur permodalannya, sehat dan kompetitif dalam mengoptimalkan fungsi intermediasinya. Proses tersebut selesai dilakukan secara keseluruhan pada tanggal 31 Maret 2003, ditandai dengan perubahan nama perusahaan menjadi PT. Bank Permata, Tbk. Mencermati dari proses merger tersebut terutama dalam proses penggabungan sumber daya manusianya, maka didapatkan suatu komposisi, mulai dari pengurus dan pengelola bank sampai dengan para karyawannya, yang berisi kumpulan sumber daya manusia yang beraneka ragam latar belakang budaya kerja mereka berdasarkan dari budaya perusahaan mereka sebelumnya. Masalah kultur perusahaan yang baru merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Kesalahpahaman dan kecemburuan antara staf dan pegawai satu bank asal sebelum merger dengan lainnya, yang disebabkan oleh budaya kerja yang berbeda-beda sebelumnya, akan menjadi sumber penyakit yang memunculkan berbagai masalah berat. Budaya perusahaan yang baru harus segera diperkenalkan guna menghindari hal tersebut di atas, karena pada dasarnya fungsi suatu budaya dalam suatu sosialisasi/organisasi adalah sebagai model-model bagi tindakan-tindakan penyesuaian diri dan gaya komunikasi yang memungkinkan orang-orang yang berinteraksi pada suatu saat tertentu. Peranan Humas Internal sangat diharapkan dalam memperkenalkan budaya baru tersebut Peranan itu sendiri dapat dilakukan dengan menerapkan suatu metode Perencanaan dan Manajemen Humas yang baik serta melalui penggunaan suatu mediakomunikasi yang tepat. Maka penelitian ini ingin mengkaji bagaimana Perencanaan dan Manajemen Humas Internal Bank Permata, yang berfungsi sebagai humas internal perusahaan, belum melaksanakan fungsinya tersebut dengan baik yang dilihat dari tidak adanya analisis situasi pada khalayak target sebagai bagian dari perencanaan humas serta tidak dilakukannya evaluasi kegiatan untuk menilai sejauhmana target atau tujuan dapat tercapai.