

# **SKRIPSI**

Evaluasi Program Sosialisasi Budaya Perusahaan Dalam Upaya  
Meningkatkan Motivasi Kerja Pilot dan Awak Kabin Perusahaan  
Penerbangan

*(Kasus: Sosialisasi Budaya Perusahaan FLY-Hi PT. Garuda Indonesia)*

Dosen Pembimbing: Prof. Andre A. Hardjana, Ph.D



**Disusun Oleh:**  
**KLEOPAS DANANG BINTORO YAKTI**  
**(02968/KOM)**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2010**

# HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi

Dengan Judul

**EVALUASI PROGRAM SOSIALISASI BUDAYA PERUSAHAAN  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA PILOT DAN  
AWAK KABIN PERUSAHAAN PENERBANGAN  
(Kasus: Sosialisasi Budaya Perusahaan FLY-Hi PT. Garuda Indonesia)**

Disusun Oleh

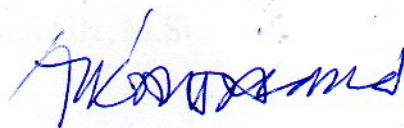
Kleopas Danang Bintoro Yakti

06 09 02968

Diajukan guna melengkapi syarat-syarat kelulusan jenjang kuliah Strata 1  
pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi studi *Public  
Relations* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing



Prof. Andre A. Hardjana, Ph.D

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi

Dengan Judul

**EVALUASI PROGRAM SOSIALISASI BUDAYA PERUSAHAAN  
DALAM UPAYA MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA PILOT DAN  
AWAK KABIN PERUSAHAAN PENERBANGAN**

**(Kasus: Sosialisasi Budaya Perusahaan FLY-Hi PT. Garuda Indonesia)**

Disusun Oleh : Kleopas Danang Bintoro Yakti  
NIM : 06 09 02968

Telah diuji dan disahkan pada :

Hari/Tanggal : Selasa, 9 Maret 2010

Waktu : Pukul 13.00 WIB

Tempat : Ruang Dosen Dekanat FISIP UAJY

Mengetahui,

Penguji I : Prof. Andre A. Hardjana, Ph.D

Penguji II : Ike Devi Sulistyanyngtyas, S.Sos, M.Si

Penguji III : Drs. Setio Budi HH, M.Si



FAKULTAS  
SOSIAL DAN ILMU POLITIK



*“Take Off is Optional But Landing is Mandatory”  
(Aviation Humour)*

## ABSTRAKSI

Budaya Perusahaan dewasa ini menjadi suatu hal yang menarik untuk dipelajari. Sebagai salah satu program perusahaan yang menjadikan sebuah identitas bagi perusahaan sebagai institusi dan menjadikan identitas bagi para anggota perusahaan yang bekerja di dalamnya. Selain itu sebagai suatu kiblat atau arah dari perusahaan demi meningkatkan kinerja perusahaan dan mencapai tujuan.

PT. Garuda Indonesia memiliki program sosialisasi budaya perusahaan yang dinamakan FLY-Hi. FLY-Hi merupakan kesatuan dari 5 corporate values seperti *Efficient & effective, Loyalty, Customer Centricity, Honesty & Openness*, dan *Integrity*. Melalui penulisan karya ilmiah ini, penulis mencoba untuk meneliti dan mengevaluasi program FLY-Hi sebagai budaya perusahaan PT. Garuda Indonesia yang bergerak di industri penerbangan terlebih peranan sosialisasi budaya perusahaan ini dalam meningkatkan motivasi kerja para pilot dan awak kabin yang merupakan profesi *core competency* dan *frontliners* dari sebuah perusahaan penerbangan....

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi yang telah penulis lalui selama kurang lebih satu bulan lamanya di PT. Garuda Indonesia.

Sebagai tugas akhir tentunya Skripsi adalah suatu tugas terpenting daripada mata kuliah lainnya yang harus penulis tempuh. Melalui penyusunan tugas akhir kali ini, penulis mengambil topik “Evaluasi *Corporate Culture Socialization* Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Pilot dan Awak Kabin Perusahaan Penerbangan” (Studi Kasus Evaluasi *Corporate Culture* FLY-Hi P.T Garuda Indonesia” merupakan suatu fokus yang membatasi kegiatan penulis selama menjalani penelitian. Banyak sekali pengalaman berharga dan tak terlupakan yang telah penulis dapatkan selama kurang lebih satu bulan menjalani kegiatan kuliah kerja lapangan di PT. Garuda Indonesia, terlebih dalam memberikan suatu gambaran nyata kepada penulis mengenai kegiatan sosialisasi budaya perusahaan beserta fungsinya kepada pihak internal perusahaan, serta keunggulan, kekurangan dan tantangan-tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan motivasi kerja terkait 5 *corporate values* yang terkandung dalam FLY-Hi. Seperti *Efficient & Effective, Loyalty, Customer Centricity, Honesty and Openness*, dan *Integrity*.

Adapun selama melakukan penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak, dan melalui kesempatan ini, penulis kiranya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang diantaranya adalah:

1. Bapak Prof. Andre Hardjana sebagai pembimbing dalam penyusunan proposal sampai dengan laporan skripsi yang memberikan begitu banyak inspirasi dan

bantuan selama menyelesaikan laporan ini. *Thank you for every minute and moments of your inspiration, Sir.*

2. Ibu Ellis Gamalia, sebagai *Senior Manager of Corporate Culture*. Terima kasih banyak telah membantu penulis dalam memberikan data – data yang sangat berharga untuk dianalisis.
3. Keluarga Capt. Tutuk Sri Sumasto, Ibu Dita, dan Mas Dismas, atas dukungan dan supportnya selama penulis memulai bekerja di PT. Garuda Indonesia sampai terselesaikannya laporan skripsi ini. *Thanks a lot Mom, Dad and my beloved brother for y'all support that I can't get through all of this alone, without encouragement and spirit.* Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bude Sri Ningsih, Mbak Erna, dan Mbak Renny, Bude Noenoek Marmanto, atas dukungan penuh kepada penulis selama penulisan skripsi.
4. Teman – teman *crew* Garuda yang telah menjadi inspirasi terbesar penulis terutama yang telah membantu berjalannya penelitian dan telah bersedia untuk di kupas tuntas dan curhat selama jadi pilot dan awak kabin. Mas Ricky, Mbak Edel, Iput, dan Andin... *Thank you banget ya semua...* Sampai ketemu lagi *on board*.
5. Ketiga sahabat penulis yakni Kristano Reinhart Sinaulan, Tonino Kundjung, dan Adrian Tanara yang sudah berada jauh disana dan telah memberikan dukungan yang sangat besar kepada penulis untuk menggapai keinginan penulis selama ini dan kemudian Hanna Marthavita, Ursula Octaviani, dua teman terdekat penulis, serta teman-teman FISIP Komunikasi 2006 Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Pengurus dan Anggota PR.Comm 2009, teman di saat senang dan sedih yang juga telah memberikan semangat dan

dukungan selama proses pembuatan proposal, sampai saat bekerja dan penyusunan laporan penelitian.

6. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas waktu yang telah diberikan kepada seluruh pihak untuk membaca laporan skripsi ini. Semoga kiranya melalui laporan ini, dapat melengkapi pengetahuan pembaca mengenai evaluasi budaya perusahaan di PT. Garuda Indonesia. Penulis pun meminta maaf sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan, serta kesalahan-kesalahan pengejaan dan penyebutan nama dalam penulisan skripsi ini.

Penulis





## DAFTAR ISI

BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	9
1.3. Rumusan Masalah.....	15
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	15
1.6. Kerangka Teori.....	16
1.6.1. <i>Internal Communication</i> .....	16
1.6.2. Teori <i>Organizational Culture</i> .....	18
1.6.2.1. Fungsi <i>Organizational Culture</i> .....	20
1.6.2.2. <i>Organizational Culture Socialization</i> .....	21
1.6.3. <i>Motivation Hygiene Theory</i> .....	24
1.7. Kerangka Konsep.....	27
1.8. Metodologi.....	30
1.8.1. Jenis Penelitian.....	30
1.8.2. Metode Penelitian.....	31
1.8.3. Lokasi Penelitian.....	32
1.8.4. Narasumber Penelitian.....	33
1.8.5. Teknik Pengumpulan Data.....	33
1.8.6. Teknik Analisis Penelitian.....	34
BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	37
2.1. Deskripsi Perusahaan.....	37
2.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	37
2.1.2. Visi dan Misi P.T Garuda Indonesia.....	40
2.1.3. Sumber Daya Manusia P.T Garuda Indonesia.....	41
2.1.4. Penghargaan P.T Garuda Indonesia.....	45
2.2. Struktur Umum Organisasi Perusahaan.....	47
2.3. Struktur Bagian <i>Public Relations</i> .....	49
2.4. Gambaran Umum <i>Public Relations</i> P.T Garuda Indonesia.....	50

>>>

BAB III. HASIL & ANALISIS PENELITIAN.....	53
3.1. Temuan Data Penelitian.....	53
3.1.1. Hasil Evaluasi Pihak Management Terhadap FLY-Hi.....	57
3.1.1.1. Hasil Evaluasi Februari – Maret 2008.....	58
3.1.1.2. Hasil Evaluasi Periode Desember 2009.....	69
3.1.1.3. Hasil Observasi dan Wawancara.....	73
3.2. Analisis Penelitian.....	92
3.2.1. Analisis <i>Corporate Culture Socialization</i> P.T Garuda Ind.....	92
3.2.1. Analisis FLY-Hi.....	98
BAB IV. PENUTUP.....	111
4.1. Kesimpulan .....	111
4.2. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	121
LAMPIRAN	
1. Transcript Wawancara <i>Senior Manager of Corporate Culture Management</i>	
2. Transcript Wawancara Pilot	
3. Transcript Wawancara Awak Kabin.	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Elemen dalam Budaya Perusahaan.....	19
Gambar 1.2. <i>Stages of Organizational Culture Socialization</i> .....	22
Gambar 1.3. Perbandingan antara <i>Traditional View of Motivations</i> dengan <i>Herzberg's View of Motivation</i> .....	26
Gambar 1.4. <i>Types of Program Failure</i> .....	28
Gambar 2.1. Struktur Umum Organisasi Perusahaan.....	47
Gambar 2.2. Struktur Bagian <i>Public Relations</i> P.T Garuda Indonesia.....	48
Gambar. 3.1. Hasil perhitungan terhadap Distribusi Buku Pedoman Insan Garuda...62	
Gambar. 3.2. Hasil perhitungan terhadap Membaca Buku Pedoman Insan Garuda...63	
Gambar. 3.3. Hasil perhitungan terhadap Pemahaman Isi Pedoman Insan Garuda....64	
Gambar. 3.4. Hasil perhitungan terhadap tanda tangan lembar komitmen.....65	
Gambar. 3.5. Hasil perhitungan terhadap pelaksanaan sosialisasi budaya FLY-Hi melalui atasan.....	66
Gambar. 3.6. Hasil perhitungan terhadap perlunya sosialisasi tambahan.....67	
Gambar. 3.7. Hasil perhitungan intensitas penerapan FLY-Hi.....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel. 2.1. Armada Garuda Indonesia.....	39
Tabel. 2.2. Sumber Daya Manusia P.T Garuda Indonesia.....	41
Tabel. 2.3. Penghargaan P.T Garuda Indonesia.....	45
Tabel. 3.1. Tabel Jumlah Karyawan Evaluasi Sosialisasi.....	59
Tabel. 3.2. Persamaan – Perbedaan Antara Pilot dan Awak Kabin.....	90

