

**STRATEGI SOSIALISASI BUDAYA ORGANISASI KEPADA  
KARYAWAN PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-HONDA  
SALES OFFICE REGION YOGYAKARTA**  
(Kasus pada Sosialisasi BEST *Core Values* sebagai Nilai-Nilai Astra Motor)



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh :**

**WINDY FITRI ASTUTI**

**090903922/Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2013**

**STRATEGI SOSIALISASI BUDAYA ORGANISASI KEPADA  
KARYAWAN PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-HONDA  
SALES OFFICE REGION YOGYAKARTA  
(Kasus pada Sosialisasi BEST Core Values sebagai Nilai-Nilai Astra Motor)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh :**

**WINDY FITRI ASTUTI**

**090903922/Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
2013**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**STRATEGI SOSIALISASI BUDAYA ORGANISASI KEPADA  
KARYAWAN PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-HONDA SALES  
OFFICE REGION YOGYAKARTA**  
**(Kasus pada Sosialisasi BEST *Core Values* sebagai Nilai-Nilai Astra Motor)**

**SKRIPSI**

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Mencapai  
Gelar S.I.Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :

Windy Fitri Astuti

09 09 03922/KOM

Konsentrasi Studi : *Public Relations*

Disetujui Oleh :



Ike Devi Sulistyaningtyas, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Sosialisasi Budaya Organisasi Kepada Karyawan PT.

Astra International Tbk-Honda Sales Office Region Yogyakarta

(Kasus Pada Sosialisasi BEST Core Values sebagai Nilai-Nilai

Astra Motor)

Penyusun : Windy Fitri Astuti

NIM : 090903922

Telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 2 September 2013

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendaran lantai 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

### TIM PENGUJI

Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.

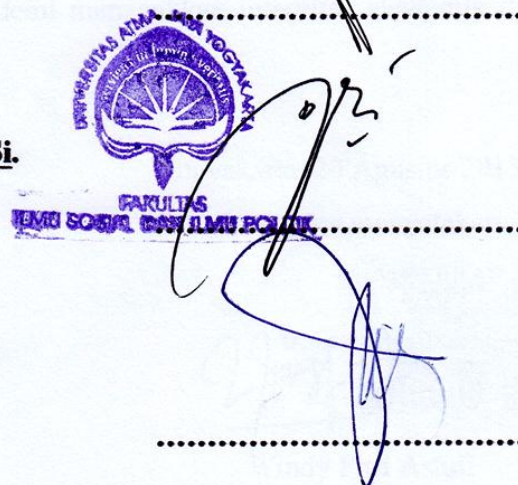
Penguji Utama

Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si.

Penguji I

Dr. phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si

Penguji II



The image shows three handwritten signatures in blue ink, each placed over a horizontal dotted line. The first signature is at the top, the second is in the middle, and the third is at the bottom. In the middle section, there is a purple circular official stamp of Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Faculty of Social and Political Sciences. The stamp contains the text 'UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA' around the top edge, 'Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik' around the bottom edge, and 'Fakultas ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK' in the center.

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Windy Fitri Astuti  
Nomer Mahasiswa : 09 09 03922  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Karya Tulis : Strategi Sosialisasi Budaya Organisasi Kepada Karyawan  
PT. Astra International Tbk-Honda *Sales Office* Region  
Yogyakarta.  
(Kasus pada Sosialisasi *BEST Core Values* sebagai Nilai-  
Nilai Astra Motor)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan *plagiarism*, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi, dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan atau keserjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 20 Agustus 2013

Saya yang menyatakan

  
  
Windy Fitri Astuti

## **WINDY FITRI ASTUTI**

**No. Mhs : 09 09 03922/ KOM**

### **Strategi Sosialisasi Budaya Organisasi Kepada Karyawan PT. Astra International Tbk-Honda Sales Office Region Yogyakarta (Kasus Pada Sosialisasi BEST Core Values sebagai Nilai-Nilai Astra Motor)**

#### **ABSTRAK**

PT. Astra International Tbk-Honda Astra Motor merupakan anak perusahaan dari PT. Astra International, yang bergerak dalam bisnis sepeda motor yang mengusung merk Honda, dan merupakan salah satunya perusahaan dalam bisnis sepeda motor yang memiliki jumlah penjualan terbesar di Indonesia. Saat ini PT. Astra International Tbk-Honda Astra Motor telah memiliki cabang pemasaran di hampir seluruh bagian wilayah Indonesia, yang di sebut dengan Honda Sales Office (HSO), salah satunya adalah HSO Region Yogyakarta.

Sebagai perusahaan besar, PT. Astra International Tbk-Honda memiliki budaya organisasi yang disebut dengan Astra Motor BEST Core Values. Dan sebagai jati diri perusahaan, saat ini nilai-nilai BEST harus dihayati dan dijiwai oleh para insan Astra Motor sebagai karyawan. Sehingga dalam hal ini, strategi sosialisasi dalam mensosialisasikan atau menginformasikan BEST Core Values kepada karyawan diperlukan. Agar nilai-nilai BEST yang menjadi budaya di perusahaan dapat dicerminkan melalui perilaku kerja para karyawannya, mulai dari karyawan pada level manajerial hingga pada level operasional.

Penelitian ini berjenis deskriptif kualitatif, dengan menggunakan metode *in-depth interview*. Dalam pengumpulan data, peneliti melakukan wawancara dengan dua orang informan dari perusahaan yang terkait dengan topik penelitian, yaitu bagaimana strategi sosialisasi BEST Core Values yang digunakan di HSO Yogyakarta sebagai objek penelitian. Wawancara pertama yaitu dilakukan kepada *General Affairs & Personalia Supervisor* atau BEST Champion. Sedangkan wawancara kedua dilakukan dengan Honda Customer Care Center Analyst Supervisor selaku BEST Agent.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi sosialisasi yang digunakan HSO Yogyakarta dalam mensosialisasikan BEST disebut dengan strategi *innovation & improvement*, yaitu strategi sosialisasi yang digunakan dengan membuat program-program dan media sosialisasi yang inovatif dan sifatnya dapat meng-*improve* atau mengembangkan kemampuan karyawan dalam mengimplikasikan nilai-nilai atau budaya BEST.

**Kata Kunci:** Strategi Sosialisasi, Budaya Organisasi, Karyawan.

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

### **Bismillahirrahmanirrahim**

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang  
Kupersembahkan tulisan ini kepada :

Allah SWT

Bangsa dan Negara Indonesia

Almamater Kebanggaanku

Kedua Orang Tua ku tercinta; Drs. Sudjadi & Sri Kusmiani  
serta Kakak ku tersayang; Wanda Natalia Putri, S.T.

*Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum (seseorang)  
kecuali kaum itu sendiri yang mengubah apa-apa yang pada diri mereka.*

**(Al-Qur'an Surah Ar-Rad : 11)**

***"Learn from the past, plan for the future  
by focusing on today"***

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini dengan baik. Skripsi ini ditujukan sebagai salah satu syarat tugas akhir untuk memperoleh gelar strata 1 (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang diangkat oleh penulis adalah “STRATEGI SOSIALISASI BUDAYA ORGANISASI KEPADA KARYAWAN PT. ASTRA INTERNATIONAL TBK-HONDA SALES OFFICE REGION YOGYAKARTA (Kasus Pada Sosialisasi BEST *Core Values* sebagai Nilai-Nilai Astra Motor)”.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang tiada hentinya melimpahkan anugerah kesehatan, keselamatan, perlindungan, serta menjadi motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
2. Orang tua tercinta Mom dan Pop, serta *my only one sister* Wanda Natalia Putri, S.T., yang selalu senantiasa memberikan *support*, doa dan nasihat. Khususnya Mom, yang selalu menjadi motivator hidup yang tak pernah lelah bagi penulis. *You are the best!*
3. Ibu Ike Devi Sulistyaningtyas, M.Si. selaku dosen pembimbing yang senantiasa mengarahkan dan membimbing penulis dari

penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai. Terima kasih atas kritik, saran dan ilmu yang telah diberikan kepada penulis untuk motivasi.

4. Kepada pihak PT. Astra International Tbk-Honda *Sales Office* Region Yogyakarta, Pak Anton Suhariyanto selaku *General Affairs & Personalia Supervisor* HSO Yogyakarta, dan Christa Adhi Dharma selaku Honda *Customer Care Center Department Analyst Supervisor*, yang telah bersedia menjadi informan dan meluangkan waktunya dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis.
5. Mas Adib Bayu, yang selalu memberikan *advice, support* dan doa dalam suka dan duka penulis menyelesaikan skripsi ini. *Thank's for everything you've done, bobs...*
6. Tante Nunung, yang selalu memberikan doanya yang terbaik kepada penulis, dari masa awal penulisan dan penelitian hingga ujian skripsi.
7. Timothy's *my little cat*, yang selalu menemani penulis hingga tengah malam dalam masa-masa revisi proposal dan laporan skripsi. *Thank's buddy...*
8. Teman-teman yang telah mendukung penulis dalam mengerjakan tugas akhir (Skripsi) ini, "ayonk-ayonk" tercinta; Agustine Loryna, Wulan Christiana, Kristi Destiana, Nadia Kusuma & Priscilia Siwi. Terima kasih untuk dukungan dan info-infonya, *girls...*

9. Serta pihak-pihak yang terlibat dan mendukung penulis setiap saat yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas dukungan dan doanya.

Penulis menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun untuk lebih menyempurnakan tulisan ini. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih atas perhatiannya, semoga hasil skripsi ini dapat menambah pengetahuan bagi pembacanya, mengenai bagaimana strategi sosialisasi budaya organisasi di dalam sebuah perusahaan.

Yogyakarta, 20 Agustus 2013

Penulis

Windy Fitri Astuti

## **DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
ABSTRAKSI .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Kerangka Teori.....	11
1. Komunikasi Organisasi .....	11
2. Budaya Organisasi.....	17
3. Sosialisasi .....	26
4. Strategi Sosialisasi.....	32
5. Karyawan .....	45
F. Kerangka Konsep.....	46

1. Strategi Sosialisasi.....	46
2. Budaya Organisasi.....	50
3. Karyawan .....	52
G. Metodologi Penelitian .....	53
1. Metode Penelitian.....	53
2. Jenis Penelitian.....	54
3. Lokasi Penelitian .....	54
4. Teknik Pengumpulan data.....	54
5. Teknik Analisis Data.....	56
<b>BAB II : DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>58</b>
A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan: PT. Astra International Tbk.....	58
B. Kantor Cabang Yogyakarta: PT. Astra International Tbk – Honda Astra Motor.....	62
C. Visi dan Misi.....	64
D. Budaya Organisasi .....	65
1) Budaya Awal di PT. Astra International Tbk-Honda <i>Sales Office</i> Region Yogyakarta.....	65
2) <i>BEST Core Values</i> sebagai Budaya Organisasi di PT. Astra International Tbk-Honda <i>Sales Office</i> Region Yogyakarta .....	70
E. Produk .....	76
F. Struktur Organisasi .....	76

<b>BAB III : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>83</b>
A. Hasil Penelitian .....	83
1. Konsep Sosialisasi Budaya Organisasi PT. Astra International Tbk-Honda <i>Sales Office</i> Region Yogyakarta.....	85
2. Strategi Sosialisasi <i>BEST Core Values</i> di PT. Astra International Tbk-Honda <i>Sales Office</i> Region Yogyakarta.....	93
a) Strategi Metode: Program-program Sosialisasi <i>BEST Core Values</i> .....	112
b) Strategi Media Sosialisasi <i>BEST Core Values</i> .....	125
3. Tahapan Sosialisasi <i>BEST Core Values</i> di PT. Astra International Tbk-Honda <i>Sales Office</i> Region Yogyakarta.....	137
B. Analisis.....	148
 <b>BAB IV : PENUTUP .....</b>	 <b>164</b>
A. Kesimpulan .....	164
B. Saran.....	166

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 : Logo PT. Astra International Tbk .....	59
Gambar 2.2 : Logo Astra Motor.....	63
Gambar 2.3 : Logo Kode Pemasaran H1, H2 dan H3.....	64
Gambar 2.4 : Proses Munculnya Budaya Organisasi PT. Astra International Tbk- Honda.....	68
Gambar 2.5 : <i>Astra Culture Development Stages</i> .....	70
Gambar 2.6 : Logo BEST <i>Core Values</i> .....	73
Gambar 2.7 : Logo Nilai-Nilai BEST <i>Core Values</i> .....	74
Gambar 2.8 : <i>Key Elements of BEST Core Values</i> .....	75
Gambar 3.1 : Agen Perubahan dalam Sosialisasi BEST <i>Core Values</i> .....	92
Gambar 3.2 : Skema Strategi Sosialisasi <i>Innovation &amp; Improvement BEST Core Values</i> .....	98
Gambar 3.3 : Logo Maskot dan Tagline Astra Motor BEST <i>Core Values</i> .....	140
Gambar 3.4 : Bagan Alur Tahapan Sosialisasi BEST <i>Core Values</i> .....	147

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Transkrip Wawancara

Lampiran 2 : Struktur Organisasi

Lampiran 3 : *Company Culture Development Stages*

Lampiran 4 : “Aku Peduli” *Launching Socialization Program*

Lampiran 5: *BEST Gimmick Products*

Lampiran 6: Foto dokumentasi media sosialisasi poster & *stand banner*

Lampiran 7 : Foto dokumentasi media sosialisasi buku pedoman, buku “Our  
BEST Colours”

Lampiran 8 : Majalah Amazing

Lampiran 9 : *My BEST Experience*, BEST Sel Perubahan Perilaku

Lampiran 10 : Foto dokumentasi Astra Motor *Club Card*

Lampiran 11 : Foto Dokumentasi poster program sosialisasi BEST : *BEST Indie  
Movie.*