

**SPECIAL EVENT *CULTURE DAY* SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI INTERNAL PT ASTRA TOL NUSANTARA
DALAM MENGEMBANGKAN ENGAGEMENT KARYAWAN**

Tugas Akhir

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu
Komunikasi**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

DINDA AIRILITA

1201003116


**PROGRAM STUDI
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Dinda Airlita

NIM : 1201003116

Tanda Tangan : 

Tanggal : 31 Juli 2024

HALAMAN PENGESAHAN

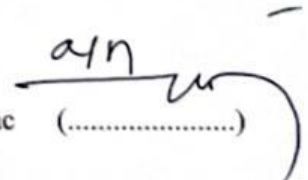
Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Dinda Airilita
NIM : 1201003116
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : *Special Event Culture Day* Sebagai Startegi
Komunikasi Internal PT Astra Tol Nusantara
Dalam Mengembangkan *Engagement* Karyawan

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac (.....)



Penguji 1 : Dr. Mochamad Kresna Noer, S.sos., M.Si. (.....)



Penguji 2 : Adek Risma Dedees, S.S., M.A., M.A (.....)



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Rabu, 28 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas karunia dan segala rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie.

Dalam proses penyusunan dan pembuatan skripsi ini, penulis banyak merima bantuan, dukungan dna bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada Almarhum Papa tercinta yang telah selalu percaya dan memberikan dukungan semasa hidupnya kepada penulis. Kepada Mama, dan keluarga tercinta juga yang selalu mendukung, memberikan semangat, doa dan motivasti tiada henti kepada penulis.
2. Kepada Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahan dan saran yang sangat berguna dan bermanfaat bagi penulis.
3. Kepada para dosen penguji, yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Kepada Ibu Suharyanti M.S.M. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan berbagai fasilitas dan dukungan selama penulis menjalani studi.
5. Kepada Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc., Ph.D., IPU., ASEAN Eng. Tri Pujadi Susilo, S.E., M.M., Ak., CA. Selaku Rektor Universitas Bakrie yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Bakrie.
6. Kepada para informan dan tringulator yang telah bersedia dalam memberikan pengalaman, ilmu dan pengetahuan untuk dapat melengkapi penelitian ini dengan sempurna.
7. Kepada teman-teman ,“INFO MASEH“ yang selalu memberikan rasa fomo sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan studi ini.

8. Kepada sahabat tercinta penulis ,“ MENUNGGU DOI“ yang selalu memberikan semangat, selalu ada dikala penulis dalam situasi apapun yang menjadi alasan penulis untuk tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada teman-teman Public Relations Angkatan 2020 yang telah menjadi teman berjuang dimasa kuliah, terimakasih karena telah memberikan kehangatan, solidaritas, dan kekeluargaan yang sangat erat satu sama lain.
10. Kepada seluruh teman-teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 yang menjadi teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan untuk bisa menyelesaikan masa studi dengan tepat waktu.
11. Dan kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam bentuk apa pun selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dalam bidang Komunikasi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Jakarta, 31 Juli 2024

Penulis



Dinda Airilita

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Airlita
NIM : 1201003116
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Karya Ilmiah/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

SPECIAL EVENT *CULTURE DAY* SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI INTERNAL PT ASTRA TOL NUSANTARA DALAM MENGEMBANGKAN ENGAGEMENT KARYAWAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 31 Juli 2024

Yang menyatakan,



Dinda Airlita

**SPECIAL EVENT *CULTURE DAY* SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI
INTERNAL PT ASTRA TOL NUSANTARA DALAM
MENGEMBANGKAN ENGAGEMENT KARYAWAN**

DINDA AIRLITA

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada pentingnya komunikasi internal dalam membangun keterlibatan karyawan (*employee engagement*) di perusahaan. PT Astra Tol Nusantara, sebagai anak perusahaan dari PT Astra International, pelaksanaan kegiatan *Culture Day* merupakan salah satu upaya untuk menginternalisasikan nilai-nilai perusahaan dan meningkatkan *engagement* karyawan. Melalui kegiatan ini, diharapkan karyawan dapat lebih memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai perusahaan dalam pekerjaan sehari-hari, serta meningkatkan kohesivitas dan kepuasan kerja. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, dokumen, dan reduksi data. Subjek penelitian ini mencakup beberapa karyawan PT Astra Tol Nusantara yang memiliki peran strategis dalam perusahaan, termasuk Kepala Departemen Komunikasi Korporat, Analis Human Capital, staf keuangan, analis HSE, dan analis manajemen risiko. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kegiatan *Culture Day* di PT Astra Tol Nusantara dilakukan melalui berbagai strategi komunikasi internal, termasuk komunikasi atas-bawah, pertemuan tatap muka, komunikasi dan monitoring online, publikasi berorientasi karyawan, serta fokus pada branding internal. Setiap kegiatan dalam *Culture Day* dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterlibatan karyawan terhadap nilai-nilai perusahaan, seperti yang tercermin dalam filosofi "Catur Dharma" Astra.

Kata Kunci: Komunikasi Internal, Employee Engagement, Culture Day, Astra Infra, Budaya Perusahaan.

**SPECIAL EVENT CULTURE DAY AS A STRATEGY OF INTERNAL
COMMUNICATION AT PT ASTRA TOL NUSANTARA IN
DEVELOPING EMPLOYEE ENGAGEMENT**

DINDA AIRLITA

ABSTRACT

This study focuses on the importance of internal communication in building employee engagement within a company. PT Astra Tol Nusantara, a subsidiary of PT Astra International, conducts Culture Day activities as an effort to internalize company values and enhance employee engagement. Through these activities, it is expected that employees will better understand and apply the company's values in their daily work, thereby increasing cohesion and job satisfaction. The research approach used is a qualitative method with data collection techniques through in-depth interviews, document analysis, and data reduction. The subjects of this study include several employees of PT Astra Tol Nusantara who hold strategic roles within the company, including the Head of Corporate Communications Department, Human Capital Analyst, finance staff, HSE analyst, and risk management analyst. The results of the study indicate that the implementation of Culture Day activities at PT Astra Tol Nusantara is carried out through various internal communication strategies, including top-down communication, face-to-face meetings, online communication and monitoring, employee-oriented publications, and a focus on internal branding. Each activity within Culture Day is designed to enhance employee understanding and engagement with the company's values, as reflected in Astra's "Catur Dharma" philosophy.

Keywords: Internal Communication, Employee Engagement, Culture Day, Astra Infra, Corporate Culture.

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------------------------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| UNGKAPAN TERIMA KASIH | iv |
| HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | vi |
| ABSTRAK | vii |
| ABSTRACT..... | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | ix |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 5 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis | 5 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 5 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 7 |
| 2.1 Konsep yang Relevan..... | 7 |
| 2.1.1 Strategi Komunikasi..... | 7 |
| 2.1.2 Work Employee Engagement | 10 |
| 2.1.3 Event | 14 |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan | 15 |
| 2.2.1 Pernyataan Kebaruan | 17 |
| 2.3 Model Kerangka Pemikiran | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 21 |
| 3.1 Desain dan Pendekatan | 21 |
| 3.2 Objek dan Subyek Penelitian | 22 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3 Pengumpulan Data | 23 |
| 3.3.1 Sumber Data..... | 23 |
| 3.3.2 Teknik Pengumpulan Data..... | 23 |
| 3.4 Analisis Data | 26 |
| 3.5 Triangulasi Data | 26 |
| 3.6 Operasinonalisasi Konsep/Isu | 27 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 30 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan | 30 |
| 4.1.1 Anak Perusahaan ASTRA Infra | 31 |
| 4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan | 38 |
| 4.1.3 Manfaat Kegiatan | 41 |
| 4.1.4 Profil Informan..... | 42 |
| 4.2 Penyajian Data | 45 |
| 4.2.1 Implementasi Komunikasi Internal | 45 |
| 4.2.2 <i>Event</i> | 51 |
| 4.2.3 <i>Employee Engagement</i> | 56 |
| 4.3 Pembahasan dan Diskusi..... | 61 |
| 4.3.1 Strategi dalam Mendukung Partisipasi dan Keterlibatan Aktif Karyawan dalam Culture Day | 62 |
| 4.3.2 Keberhasilan dan ketidakberhasilan efektivitas pelaksanaan kegiatan Culture Day..... | 66 |
| 4.3.3 Keberhasilan Culture Day dalam Mengembangkan <i>Employee Engagement</i> | 69 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 72 |
| 5.1 Simpulan | 72 |
| 5.2 Kendala dan Keterbatasan..... | 73 |
| DAFTAR PUSTAKA | 72 |
| LAMPIRAN..... | 74 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 15 |
| Tabel 3.1 Kriteria Informan | 24 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep | 26 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2.1 <i>Proposed Research Conceptual Framework</i> | 12 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran | 20 |
| Gambar 4.1 Logo PT. Astra Tol Nusantara (ASTRA Infra) | 30 |
| Gambar 4.2 Ruas Tol Tangerang - Merak | 32 |
| Gambar 4.3 Ruas Tol Kunciran Serpong | 33 |
| Gambar 4.4 Ruas Tol Ulujami – Kebon jeruk | 33 |
| Gambar 4.5 Ruas Tol Cikopo-Palimanan | 34 |
| Gambar 4.6 Logo PT Trans Marga Jateng (PT TMJ) | 34 |
| Gambar 4.7 Ruas Tol Semarang-Solo | 34 |
| Gambar 4.8 Logo PT. Marga Harjaya Infrastruktur (ASTRA Infra Toll Road Jombang-Mojokerto) | 35 |
| Gambar 4.9 Ruas Tol Jombang-Mojokerto | 35 |
| Gambar 4.10 Ruas Tol Surabaya Mojokerto | 36 |
| Gambar 4.11 Logo PT. Jasamarga Pandaan Malang | 36 |
| Gambar 4.12 Ruas Tol PT. Jasamarga Pandaan Malang | 37 |
| Gambar 4.13 Logo Astra Infra Port Eastkal | 37 |
| Gambar 4.14 Astra Infra Port Eastkal | 37 |
| Gambar 4.15 Struktur Organisasi PT Astra Tol Nusantara | 40 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------------------------------|------------|
| Hasil Wawancara 1 | 74 |
| Hasil Wawancara 2 | 83 |
| Hasil Wawancara 3 | 87 |
| Hasil Wawancara 4 | 92 |
| Hasil Wawancara 5 | 98 |
| Hasil Wawancara 6 | 103 |
| Dokumentasi Wawancara | 115 |