BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada BAB 4 ini Peneliti akan memaparkan fokus dari penelitian ini yaitu makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi karyawan PT. Telkom Kandatel Bandung. Dimana penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (natural setting). (Sigiyono, 2009:8)

Pada penelitian kualitatif peneliti dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan, dan dilakukan oleh sumber data. Pada penelitian kualitatif peneliti bukan sebagaimana seharusnya apa yang dipikirkan oleh peneliti tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan, dan dipikirkan oleh sumber data.

Dengan melakukan penelitian melaui pendekatan deskiptif maka peneliti harus memaparkan, menjelaskan, menggambarkan data yang telah diperoleh oleh peneliti melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan para informan.

Pada bab ini dibagi menjadi tiga bagian agar lebih sistematis dan tearah yaitu sebagai berikut:

1. deskripsi informan penelitian
2. deskripsi hasil penelitian
3. pembahasan

4.1 Deskripsi Informan Penelitian

Semua informan dalam penelitian ini tidak merasa keberatan untuk disebutkan namanya, adapun informan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ibu Endang Iriani (*Officer 2 Customer Retention and Loyalty*)

   Selama peneliti menjalani proses penelitian dan wawancara Ibu Endang Iriani merupakan informan yang peneliti pertama kali wawancara dan berdiskusi ketika sebelum dan ketika dilapangan. Beliau sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan kapan saja asalkan tidak mengganggu kesibukan beliau dalam bekerja. Dengan penampilan yang ramah, tegas, berwibawa, lugas dalam berbicara beliau bersedia menjawab semua pertanyaan yang diajukan peneliti. Beliau pun tidak segan-segan untuk membantu peneliti mencarikan informan lainnya agar bersedia menjadi informan dalam penelitian serta mencarikan data-data yang berguna bagi kesempurnaan penelitian ini. Tidak ada perasaan canggung dalam diri peneliti karena peneliti dan beliau telah saling mengenal sejak peneliti melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL).

2. Ibu Tantri Harimurti (*Officer 2 Customer Educ and Community Program*)

   Informan kedua yang peneliti wawancarai adalah Ibu Tantri. Peneliti memiliki kesan bahwa beliau adalah sosok yang

sangat ramah dan murah senyum selain itu juga peneliti merasa diperlakukan sebagai seorang anak oleh beliau dengan panggilan khasnya kepada peneliti “sayang” ketika peneliti mengajak beliau untuk berdiskusi. Beliau juga sangat antusias membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Peneliti merasa sudah sangat dekat dengan beliau karena peneliti sudah mengenal beliau ketika peneliti melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL). Belaui adalah orang yang dengan senang hati membantu.

3. Ibu Sumitri (*Officer 2 Sales Program and Performance*)

   Informan ketiga adalah Ibu Sumitri, beliau peneliti lihat sebagai sosok yang ramah selain itu beliau jaga tidak keberatan untuk dimintai waktunya untuk melakukan wawancara. Walaupun peneliti dan beliau baru saling mengenal ketika peneliti meminta kesediaannya untuk menjadi informan dalam penelitian ini tetapi dengan senyum khasnya beliau mengutarakan kesediaannya. Dalam menjawab pun beliau sangat blak-blakan dan santai sehingga tidak ada rasa canggung dalam diri peneliti.

4. Ibu Wiwiek H (*Officer 3 Quality Operation Service and Service Level Graduade*)

   Informan yang satu ini pun tidak kalah ramahnya dari informan yang lainnya. Selain itu beliau jaga orang yang humoris dan tipikel orang yang cepat akrab dengan orang lain. Beliau juga

tidak segan-segan membantu mencarikan data-data yang bermanfaat bagi penelitian ini. Beliau jaga membuka ruang bagi penulis untuk melakukan diskusi tentang kegiatan-kegiatan yang sedang berlangsung di PT. Telkom.

5. Ibu Euis Nuraeni (*Officer 2 Quality Operation Service and Service Level Graduade*)

   Informan terakhir yang terakhir melakukan wawancara adalah Ibu Euis. Peneliti memiliki kesan bahwa beliau adalah orang yang ramah serta humoris. Secara keseluruh seluruh informan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang ramah dan terbuka ketika peneliti melakukan wawancara serta tidak segan-segan membantu peneliti ketika peneliti membutuhkan sesuatu yang yang kaitan dengan penelitian.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara mendalam yang dilakukan oleh Peneliti pada kurun waktu bulan Mei 2011. Dimana seluruh informan yang melakukan wawancara mendalam adalah karyawan PT. Telkom Kandatel Bandung Timur Divisi *Customer Care*.

4.2.1 Penyampaian Pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Sebagai Pedoman Berperilaku oleh PT. Telkom Kepada Para Karyawan Divisi *Customer Care*

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti terhadap informan mengenai bagaimana cara PT. Telkom menyebarkan pesan budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 kepada para karyawannya diperoleh hasil yang hampir serupa antar jawaban yang satu dengan jawaban lainnya dari masing-masing informan.

Seperti hasil wawancara mendalam tentang siapa komunikator yang menyampaikan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 kepada para karyawan PT. Telkom, yang dilakukan dengan Ibu Endang, yang dilakukan dimeja kerjanya sebagai berikut:

> "Yang membuat naskah budaya perusahaan yaitu dari Divisi *Corporate Culture Manajemen* yang ada di PT. Telkom Pusat. Yang kemudian disebarkan keseluruh PT. Telkom yang ada. Dan yang menjadi komunikator dalam menyebarkan pesan budaya TTW 135 disini (PT. Telkom Kandatel Bandung Timur) adalah SDM HR 03 dan tim yang ditunjuk. Biasanya tim yang ditunjuk adalah pimpinan dari setiap divisi yang ada."[1]

Kemudian Peneliti lebih lanjut bertanya kepada Ibu Endang bagaimana cara yang dilakukan untuk menyebarkan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 kepada para karyawannya? Beliau pun menjawab sebagai berikut:

> "Cara yang digunakan untuk *menyebarkan Budaya The Telkom Way* (TTW) 135 yaitu dengan cara sosialisasi. Setiap ada informasi baik informasi tentang apapun pasti disosialisasikan

[1] Wawancara 10 Juni 2011

> kepada semua karyawan. Melalui pengarahan maupun senam patriot setiap hari rabu juga budaya perusahaan juga selalu digalakan. Bagaimanapun juga budaya perusahaan adalah sebuah kebanggaan yang harus dijunjung tinggi oleh semua insan Telkom."[2]

Ketika Peneliti menanyakan kepada Bu Endang media apa saja yang digunakan untuk menyebarkan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135, beliau menjawab, "Dalam sosialisasi banyak cara yang digunakan selain melalui diskusi dan pengarahan. Media yang digunakan juga banyak antara lain melalui e-mail, dan juga media cetak seperti bulletin dan buku panduan."[3]

Dan Peneliti menanyakan apakah cara yang digunakan untuk menyampaikan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135, Bu Endang kembali menjawab sebagai berikut:

> "Ya. Cara yang dilakukan untuk menyebarkan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sudah sesuai prosedur. Selain itu dengan sosialisasi dengan berbagai media sehingga cara penyebaran pesan TTW 135 sudah dapat dinilai sesuai."[4]

Selanjutnya wawancara dilanjutkan dengan Ibu Tantri yang memberikan informasi tentang siapa komunikator yang menyebarkan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 beliau pun menjawab:

> "Komunikator yang memberikan informasi tentang budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ya tentu saja dari atasan sebagai tim yang ditunjuk dari setiap divisi yang informasinya berasal dari

[2] Wawancara 10 Juni 2011

[3] Ibid

[4] Ibid

> Divisi SDM (Sumber Daya Manusia). Ibu juga komunikator yang jadi penerima pesannya para telemarketing yang ada disini, biarpun yang disosialisasikan bukan budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 yang bagaimana tapi ibu mengarahkan para telemarketing untuk bekerja sesuai standar yang berlaku disini (PT. Telkom)."[5]

Lebih lanjut Bu Tantri juga menjawab pertanyaan dari Peneliti bagaimana cara PT. Telkom menyampaikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sebagai berikut:

> "Cara menyebarkan pesannya melalui diskusi antara atasan dengan bawahan kan kalau di komunikasi organisasi ada komunikasi *downward*, juga pada senam patriot disitu insan Telkom mengadakan pertemuan sehingga antara insan Telkom yang satu dengan yang lainnya dapat saling bertukar informasi."[6]

Sedangkan untuk pertanyaan media apa yang digunakan Bu Tantri menjawab sebagai berikut:

> "Untuk menyebarkan pesan segala bentuk media di PT. Telkom ini dimanfaatkan semaksimal mungkin supaya pesan yang disampaikan juga dapat diterima dengan baik oleh semua insan Telkom. Di PT. Telkom ada bulletin dan buku panduan kan. Semua informasi dicetak disana. Sekarang juga ada internet, jadi email juga digunakan untuk sosialisasi."[7]

Ketika ditanya apakah cara yang digunakan sudah sesuai, Bu Tantri menjawab, "Ya sudah, semua media yang ada kan sudah digunakan untuk sosialisasi jadi sudah sangat sesuai. Pesan yang disampaikan juga dapat dimengerti oleh seluruh insan Telkom." [8]

---

[5] Wawancara 13 Juni 2011

[6] Ibid

[7] Ibid

[8] Ibid

Kemudian informasi lainnya disampaikan oleh Ibu Sumitri yang mengutarakan bahwa, “Komunikator yaitu atasan ya. Selain itu juga dari karyawan-karyawan lainnya. Semua yang ada disini berperan sebagai komunikator.”[9] Lalu Peneliti bertanya, bagaimana cara komunikator menyebarkan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 kepada para komunikannya?” “Caranya dengan sosialisasi dan pengarahan dari atasan. Kemudian juga atasan mencontohkan kepada bawahannya bagaimana merealisasikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 dalam kegiatan kerja sehari-hari. Mencontohkannya dengan bagaimana atasan berperilaku dalam bekerja, menghargai dan memberikan *reward* kepada bawahannya yang memiliki prestasi. Selain itu juga diskusi dengan teman sejawat, itu juga cara karyawan PT. Telkom untuk mensosialisasikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135.”[10] Jawab beliau.

Kemudian media yang digunakan untuk menyebarkan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Bu Sumitri mengungkapkan jawaban sebagai berikut:

> “Media yang digunakan untuk mensosialisasikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini banyak ya. Ada bulletin PT. Telkom, disana banyak informasi yang diberitakan tentang segala hal yang berkaitan dengan PT. Telkom. Kemudian internet, PT. Telkom kan memiliki *website* disana juga banyak informasi tentang PT. Telkom termasuk budaya perusahaannya yang bisa diakses. Masih banyak media lainnya.”[11]

[9] Wawancara 14 Juni 2011

[10] ibid

[11] Ibid

Ketika ditanya apakah cara yang digunakan sudah sesuai Bu Sumitri menjawab sebagai berikut:

> "Sudah, semua orang dapat dengan mudah kan memperoleh informasi tentang budaya ini, bukan hanya karyawannya saja tetapi juga orang-orang luar bisa memperoleh informasi tentang budaya perusahaan PT. Telkom, Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135"[12]

Informan lainnya yaitu Ibu Wiwiek yang memberikan pernyataan sebagai berikut mengenai siapakah yang berperan sebagai komunikator dalam menyampaikan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135? Beliau pun menjawab:

> "Yang menjadi komunikator adalah bagian Divisi HR (*Human Resource*) yang kemudian disosialisasikan ke seluruh atasan di berbagai divisi. Dari atasan kemudian disosialisasikan ke seluruh karyawan. Nah ibu juga sebagai karyawan mensosialisasikan budaya perusahaan kepada para *telemarketing*, bagaimana etika ketika telemarketing menghubungi pelanggan dengan sebelumnya ibu mencontohkannya terlebih dahulu."[13]

Kemudian Peneliti menanyakan bagaimana cara komunikator menyampaikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135, Bu Wiwiek pun menjawab, "Sosialisasi tentu saja adalah cara yang dilakukan pertama kali oleh PT. Telkom untuk menyebarkan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135, dengan pengarahan kepada para insan Telkom ya. Tapi berbincang-bincang dengan insan Telkom yang lain juga bisa menjadi cara untuk mensosialisasikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135.

[12] Wawancara 14 Juni 2011

[13] Wawancara 15 Juni 2011

Dengan menpublikasikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 di bulletin PT. Telkom. Mempublikasikannya lewat internet juga merupakan cara PT. Telkom untuk mensosialisasikan Budaya *The Telkom Way* 135."[14]

Lalu Peneliti menanyakan media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135? Bu Wiwiek pun menjawab demikian, "Media yang digunakan ya seperti yang tadi ibu bilang lewat media elektronik seperti internet lewat *website* PT. Telkom lalu lewat *e-mail*. Media cetak seperti bulletin PT. Telkom kemudian di buku panduan kerja."[15]

Ketika ditanya apakah cara yang digunakan sudah sesuai Bu Wiwiek menjawab demikian:

> "Sudah sesuai, cara yang dilakukan dinilai sudah berhasil untuk mensosialisasikan budaya TTW 135 kepada insan Telkom. Bahkan orang luar juga bisa mengaksesnya. Jadi cara yang dilakukan sudah sesuai."[16]

Selanjutnya informan lain yang memberikan jawab atas pertanyaan - pertanyaan yang Peneliti ajukan adalah Ibu Eusi yang menjawab ketika ditanya siapakah yang menjadi komunikator dalam menyampaikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135?:

> "Yang menjadi komunikator selain dari divisi yang berwenang yaitu Divisi SDM (Sumber Daya Manusia) yang disini adalah

[14] Wawancara 15 Juni 2011

[15] Ibid

[16] Ibid

> SDM 03. Kemudian dari atasan kebawahan. Semua karyawan Telkom pun dapat dikatakan sebagai komunikator dengan mempraktekan nilai-nilai yang ada di *Budaya The Telkom Way* (TTW) 135 maka kita sudah menjadi komunikator bagi yang lainnya."[17]

Kemudian bagaimana cara menyebarkan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Bu Euis pun mengungkapnya sebagai berikut:

> "Tentu saja cara menyebarkan pesan Budaya T*he Telkom Way* (TTW) 135 dengan cara mensosialisasikannya. Caranya macam-macam yaitu dengan pengarahan dari atasan ke bawahan. Dengan mempraktekannya disegala kesempatan, dengan mencontohkannya maka pesan akan lebih mudah diserap oleh para karyawan daripada hanya disosialisasikan saja, karena Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini kan berisikan pedoman perilaku yang harus dilestarikan oleh para karyawan Telkom."[18]

Dan media yang digunakan untuk menyebarkannya diungkapkan sebagai berikut oleh Bu Euis:

> "Media yang digunakan juga segala hal yang dapat digunakan digunakan oleh Pt. Telkom untuk mensosialisasikan budaya TTW 135 ini, mulai dari mulut ke mulut, lalu ada media cetak seperti bulletin, di bulletin semua informasi yang berkenaan dengan PT. Telkom dan segala kgiataannya di cetak disana, kemudian melalui media internet juga ada. Jadi dengan begitu pesan lebih mudah disebarkan kan."[19]

"Tentu saja sudah, semaunya kan sudah sesuai prosedur yang ditetapkan. Selain itu apa yang disampaikan sudah dapat dimengerti

---

[17] Wawancara 16 Juni 2011

[18] Ibid

[19] ibid

oleh karyawan Telkom."[20] Berikut adalah pernyataan Bu Euis ketika ditanya, apakah cara penyampaian yang dilakukan oleh komunikator sudah sesuai dalam menyampaikan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135?

4.2.2 Faktor-faktor yang Menjadi Hambatan PT. Telkom dalam Menerima Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Sebagai Pedoman Berperilaku kepada Para Karyawan Divisi *Customer Care*

Dalam setiap kegiatan yang dilakukan terkadang selalu saja ada hambatan yang dialami. Begitu juga dengan PT. Telkom dalam menyampaikan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 kepada para karyawannya. Berikut ini adalah hasil penelitian yang diperoleh Peneliti melalui wawancara mendalam kepada para informan mengenai hambatan apa saja yang dialami dalam proses penerimaan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 dimana faktor-faktor yang menjadi hambatan dibagi menjadi faktor semantik, faktor fisik, faktor psikologis dan faktor fisiologis.

Berikut ini adalah jawaban para informan ketika ditanya, apakah ada hambatan semantik (bahasa) yang dialami dalam menerima pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135? Jawaban yang diutarakan oleh Ibu Endang adalah sebagai berikut:

[20] Wawancara 16 Juni 2011

> "Hambatan bahasa tidak ada karena apa yang disampaikan dapat dimengerti. Selain itu bahasa yang digunakan sehari-hari di sini (PT. Telkom Kandatel Bandung Timur) juga bahasa yang tidak terlalu formal jadi kita menerima pesannya juga tidak seperti menerima perintah."[21]

Sedangkan jawaban yang diberikan oleh Ibu Tantri tentang faktor hambatan semantik beliau menjawab, "Untuk masalah semantik atau bahasa apa yang disampaikan sudah sangat dimengerti. Jadi hambatan bahasa sama sekali tidak ada karena apa yang disosialisasikan sudah jelas."[22]

Selanjutnya berikut ini adalah penyataan yang diungkapkan oleh Ibu Sumitri mengenai faktor hambatan semantic, "Gangguan dalam bahasa tidak ada, semuanya disosialisasikan dengan sangat jelas dan dapat direspon dengan baik oleh karyawan PT. Telkom. Semuanya sudah jelas."[23]

Selanjutnya informan lainnya yaitu Ibu Euis yang memaparkan pendapatnya tentang faktor hambatan semantik:

> "Gangguan bahasa tidak ada karena bahasa yang digunakan dalam keseharian antar karyawan Telkom juga bukan bahasa yang terlalu formal. Kalau kita berbincang tentang keperluan pekerjaan biasanya seperti sedang mengobrol biasa. Jadi untuk kendala bahasa sama sekali tidak ada."[24]

[21] Wawancara 10 Juni 2011

[22] Wawancara 13 Juni 2011

[23] Wawancara 14 Juni 2011

[24] Wawancara 16 Juni 2011

Selanjutnya Ibu Wiwiek menjawab petanyaan yang diutarakan Peneliti mengenai hambatan semantik yang dialami, beliau pun menjawab demikian, “Hambatan bahasa tidak ada, karena apa yang dijelaskan sudah sangat jelas dan dapat dimengerti sehingga insan Telkom dapat merealisasikannya dengan mudah.”[25]

Kemudian faktor kedua yang menjadi hambatan dalam menerima pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 adalah faktor hambatan fisik. Berikut ini adalah jawaban yang diutarakan oleh Ibu Endang, “Hambatan fisik juga tidak ada, pesan yang terdapat di budaya TTW 135 hingga sekarang ini dapat dipraktekkan tanpa ada hambatan apapun.”[26]

Informan selanjutnya Ibu Tantri mengungkapkan sebagai berikut:

> “Tidak ada juga hambatan fisik. Apa yang harus dilakukan dapat dilakukan dengan baik. Jikapun ada sesuatu yang tidak dapat dilakukan kita kan bisa meminta bantuan kepada insan Telkom yang lain. Karena disini kerjasamanya sangat kuat. “[27]

Ibu Sumitri sebagai informan selanjutnya mengungkapkan pendapatnya sebagai berikut:

> “Gangguan fisik juga tidak ada, semuanya disosialisakan dengan baik yah. Dan karyawan Telkom pun dapat melaksanakan apa yang ada di Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 itu dengan lancara tanpa ada hambatan apapun.”[28]

[25] Wawancara 15 Juni 2011

[26] Wawancara 10 Juni 2011

[27] Wawancara 13 Juni 2011

[28] Wwancara 14 Juni 2011

Sedangkan Ibu Euis mengungkapkan pendapatnya tentang hambatan fisik sebagai berikut:

> "Tidak ada, apa yang disampaikan dalam Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 dapat dengan mudah dengan mudah dilakukan dan dipraktekkan. Jika pun salah satu orang mendapatkan kesulitan maka ada banyak karyawan yang lain yang siap membantu. Disini kerjasama sangat diutamakan hubungan antara karyawan yang satu dengan yang lain sudah seperti keluarga karena disini kita semua kan keluarga besar."[29]

Informan selanjutnya adalah Ibu Wiwiek yang menyatakan pendapatnya tentang faktor gangguan fisik sebagai berikut, "Gangguan fisik juga tidak ada, semua dapat dilakukan oleh insan Telkom dengan baik. Jika pun ada yang tidak dapat dikerjakan maka setiap insan Telkom siap membantu."[30]

Faktor ketiga yang ditanyakan oleh Peneliti adalah faktor psikologis. Berikut ini adalah jawaban masing-masing informan ketika ditanya, apakah ada faktor psikologis yang dialami dalam menerima pesan Budaya The Telkom Way (TTW) 135?

Yang pertama adalah Ibu Endang yang menjawab sebagai berikut:

> "Hambatan psikologis juga tidak ada. Apa yang harus dilakukan dan tidak dilakukan dengan perasaan bangga dan integritas dari setiap Insan Telkom. Apa yang menjadi tugas dan kewajiban selalu dilakukan dengan senang hati."[31]

---

[29] Wawancara 16 Juni 2011

[30] Wawancara 15 juni 2011

[31] Wawancara 10 Juni 2011

Informan yang kedua adalah Ibu Tantri yang menjawab seperti demikian:

> "Secara psikologis hambatan juga tidak ada. Disini insan Telkom wajib mengerjakan sesuatu yang ditugaskan kepadanya dengan perasaan senang. Jadi apa yang kita kerjakan dikerjakan tanpa dirasakan sebagai beban"[32]

Informan selanjutnya adalah Ibu Sumitri yang mengungkapkan pendapatnya sebagai berikut:

> "Secara psikologis tidak ada yang menjadi hambatan yang berarti. Karyawan PT. Telkom itu adalah orang yang terlatih dan handal dibidangnya masing-masing jadi jika mereka dimasukan dalam kondisi yang bagaimanapun ibu yakin secara psikologis karyawan PT. Telkom dapat menerimanya sebagai sesuatu hal yang baik. Jadi secara psikologis tidak terdapat hambatan."[33]

Selanjutnya adalah Ibu Euis yang menjawab dan beliau menjawab sebagai berikut:

> "Budaya TTW 135 diterima dengan positif oleh seluruh karyawan Telkom. Jadi secara psilkologis hambatan tidak ada. Karyawan sangat senang menerima perubahan positif yang ada di tubuh PT. Telkom dan seluruh karyawannya."[34]

Dan yang selanjutnya adalah Ibu Wiwiek dengan jawaban sebagai berikut:

> "Gangguan psikologis juga tidak ada. Apa yang diberikan baik tugas ataupun aturan-aturan yang dikeluarkan PT. Telkom tidak dijadikan sebagai beban tetapi sebagai tugas yang harus ditaati

[32] Wawancara 13 Juni 2011

[33] Wawancara 14 Juni 2011

[34] Wawancara 16 Juni 2011

> oleh seluruh insan Telkom dengan perasaan bangga, senang dan bertanggung jawab."[35]

Yang terakhir adalah pertanyaan Peneliti tentang apakah ada faktor fisiologis yang dialami informan dalam menerima pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135?

Ibu Endang menjawab pertanyaan Peneliti dengan pernyataan sebagai berikut, "Tidak ada, lingkungan di PT. Telkom sangat menjunjung kerjasama. Justru lingkungan sangat mendukung praktek dari isi pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135."[36]

Sedangkan Ibu Tantri berpendapat sebagai berikut:

> "Hambatan fisiologis juga tidak ada. Lingkungan di PT. Telkom sangat terbuka dengan segala keadaan. Dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 pun mudah masuk dilingkungan PT. Telkom."[37]

Selanjutnya adalah Ibu Sumitri yang menyatakan pendapatnya sebagai berikut:

> "Secara fisiologis juga tidak ada hambatan. Lingkungan PT. Telkom ini kan lingkungan yang mengedepankan kebersamaan. Jadi segala sesuatu yang baru diterima dengan baik. Jadi dalam hal menerima dan menyebarkan pesan TTW 135 ini lingkungan sangat mendukung."[38]

---

[35] Wawancara 15 Juni 2011

[36] Wawancara 10 Juni 2011

[37] Wawancara 13 Juni 2011

[38] Wawancara 14 Juni 2011

Informan selanjutnya adalah Ibu Euis yang menyatakan sebagai berikut:

> "Kalau secara bahasa, fisik, dan psikologis tidak ada hambata tentu saja secara lingkungan pun tidak aka nada masalah apa-apa. Lingkungan di PT. Telkom kan sangat kekeluargaan, sikap gotong royong sangat kental, justru hal itu sangat mendukung berjalannya Budaya The Telkom Way (TTW) 135 berjalan dengan lancar."[39]

Dan yang terakhir adalah Ibu Wiwiek yang berpendapat sebagai berikut, "Lingkungan juga sangat mendukung. Apapun yang diberikan semua sangat mendukung begitu juga lingkungan. Jadi secara fisiologis tidak ada hambatan yang berarti"[40]

4.2.3 Makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Sebagai Pedoman Berperilaku Bagi Karyawan PT. Telkom Divisi *Customer Care*

Fokus dalam penelitian ini adalah makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sebagai budaya perusahaan dari PT. Telkom bagi para karyawannya. Jika tujuan dari digalakannya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sendiri oleh PT. Telkom adalah guna tercipta pengendalian kultural yang efektif terhadap cara rasa, cara pandang, cara memandang, cara berpikir, dan cara berperilaku dalam kehidupan berorganisasi. Makna dipersepsikan oleh setiap orang bukan dari apa yang disampaikan melalui pesan tetapi dari pesan yang disampaikan

[39] Wawancara 16 Juni 2011

[40] Wawancara 15 juni 2011

kemudian diolah melalui pikiran setiap orang dan muncullah suatu makna dari setiap orang tersebut.

Berikut ini adalah makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi informan yang merupakan karyawan PT. Telkom.

Informan yang pertama adalah Ibu Endang, beliau berpendapat makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi dirinya adalah sebagai berikut:

> "Budaya perusahaan *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi Ibu pribadi ibarat seperti rel. Jadi budaya The Telkom Way (TTW) 135 ini adalah jalur bagi Insan Telkom dalam bekerja. Seperti patokan untuk kita sehingga kita tidak melenceng dari tujuan yang ingin dicapai. Karena dari Budaya The Telkom Way (TTW) 135 ini juga banyak poin-poin yang harus ditaati oleh Insan Telkom. Apa yang boleh dikerjakan dan apa yang tidak boleh."[41]

Kemudian Peneliti menanyakan bagaimana respons karyawan dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini? Dan Bu Endang pun menjawab, "Insan Telkom mempersepsikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 secara positif. Dengan adanya budaya ini maka insan Telkom memiliki dasar dan patokan tentang apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan."[42]

Selanjutnya Peneliti menanyakan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini dibuat sebagai pedoman perilaku para karyawan, apakah ada perubahan perilaku pada diri karayawan tidak hanya

[41] Wawancara 10 Juni 2011

[42] Ibid

didalam lingkungan PT. Telkom tetapi juga diluar lingkungan PT. Telkom? Bu Endang pun menjawab, "Iya, karena budaya tersebut adalah sarana dalam perusahaan yang digunakan untuk mencapai kerja yang terarah. Sehingga karyawan mengetahui apa yang seharusnya dilakukan dan ikut terlibat dalam aktifitas perusahaan. Dan yang kemudian akan memunculkan sikap komitmen terhadap perusahaan, karena psikologis karyawan juga berhubungan dengan perusahaan."[43]

Kemudian ketika Peneliti bertanya, "Selain Budaya The Telkom Way (TTW) 135 apa ada budaya perusahaan lain yang digalakan oleh PT. Telkom, Bu Endang menjawab, "Ya ada. Dulu kan ada Budaya ARTI, Budaya Telkom 321, dan sekarang ada Budaya 5C. Setiap budaya yang ada di Telkom kan dirubah jika ada perubahan dalam PT. Telkom tentu saja perubahan yang ada juga perubahan agar insan Telkom lebih meningkatkan kinerjanya sesuai perkembangan perusahaan."[44]

Selanjutnya informan yang diwawancarai oleh Peneliti adalah Ibu Tantri. Beliau mengungkapkan bahwa makna Budaya The Telkom Way (TTW) 135 bagi dirinya adalah sebagai berikut:

> "Budaya perusahaan itu adalah patokan untuk insan Telkom untuk berperilaku dalam bekerja. PT. Telkom sebelum memiliki Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sudah memiliki Budaya ARTI, Telkom 321 yang semua nya berisikan pesan agar insan Telkom bekerja dengan standar perilaku yang ada dimana budaya tersebut berubaha sesuai dengan

[43] Wawancara 10 Juni 2011

[44] Ibid

> perkembangan perusahaan, perkembangan zaman yang ada. Jadi Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sebagai patokan berperilaku agar insan Telkom dapat memberikan kinerjanya yang terbaik untuk dipersembahakan kepada perusahaan dan konsumen."[45]

Kemudian berikut ini adalah pernyataan ketika ditanya bagaimana respons dari adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135, Bu Tantri menjawab, "Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini direspos positif oleh insan Telkom. Dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini ada dorongan positif yang diberikan PT. Telkom agar para Insan Telkom dapat bekerja dengan kinerjanya yang terbaik."[46]

" Ya tentu saja, Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini kan pedoman perilaku bagi Insan Telkom. Dimana insan Telkom memiliki hubungan secara kejiwaan dengan PT. Telkom jadi dimana pun insan Telkom berada maka didalam dirinya membawa pencitraan PT. Telkom."[47] Pernyataan berikut adalah jawaban Ibu Tantri ketika ditanya oleh Peneliti, "Apakah Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 membawa perubahan perilaku di dalam maupun diluar lingkungan PT. Telkom?"

---

[45] Wawancara 13 Juni 2011

[46] ibid

[47] Ibid

Dan ketika ditanya selain Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 apakah ada budaya perusahaan lain yang digalakan oleh PT. Telkom? Berikut adalah pernyataan Bu Tantri:

> "Budaya itu kan sesuatu yang dilakukan oleh suatu kelompok secara berkala sehingga dijadikan suatu tradisi. Selain Budaya TTW 135 disini tiap hari jumat pagi ada rutin diadakan senam pagi kan, jadi disini tidak hanya bekerja terus tapi ada kegiatan lain yang menyehatkan malah. Terus ada juga senam patriot setiap hari rabu. Terus juga ada pengajian. Semua itu juga termasuk budaya perusahaan disini."[48]

Informan selanjutnya adalah Ibu Sumitri, berikut ini adalah makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi beliau adalah sebagai berikut:

> " Budaya TTW 135 ini saya maknai sebagai penguat yah. Setiap karyawan PT. Telkom pasti sudah saling menghargai satu sama lain, saling bekerja sama satu sama lain, sudah bekerja dengan kinerja yang paling baik. Dengan adanya budaya TTW 135 ini maka apa yang ada tersebut semakin diperkuat. Jadi karyawan Telkom ingat bahwa memiliki budaya yang mengharuskan karyawannya memiliki karakter yang demikian.[49]

Kemudian respons Bu Sumitri dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 adalah sebagai berikut:

> "Respon karyawan sangat positif dalam menerima Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini dan juga positif dalam melaksanakannya. Apalagi Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini bagus untuk memajukan karakter karyawan Telkom sehingga bagus juga untuk kemajuan PT. Telkom sendiri." [50]

---

[48] Wawancara 13 Juni 2011

[49] Wawancara 14 Juni 2011

[50] Ibid

Sedangkan mengenai perubahan yang ada dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini baik didalam maupun diluar lingkungan PT. Telkom menurut Bu Sumitri adalah sebagai berikut:

> "Ya tentu saja, apa yang ditanam oleh perusahaan kepada para karyawannya pasti akan terbawa ke kehidupan para karyawan diluar lingkungan PT. Telkom. Tapi hal itu dinilai positif kok. Jika hal baik dipraktekkan dikehidupan, kenapa tidak?"[51]

Kemudian Peneliti bertanya, "Apakah ada budaya perusahaan lain yang digalakan di PT. Telkom selain Budaya The Telkom Way (TTW) 135? Bu Sumitri menjawab, "Di PT. Telkom ini banyak budaya yang ada selain budaya yang disepakati yaitu budaya TTW 135. Ada senam patriot, lalu ada salam patriot, kemudian masih banyak lagi kegiatan-kegiatan yang rutin dilakukan. Senam jumat pagi juga di sini termasuk budaya perusahaan. Kayawan juga butuh kegiatan yang lain diluar egiatan kerja jadi dengan senam ini diharapkan selain menyehatkan juga dapat membuat karyawan tidak jenuh dengan rutinitas kerja terus-menerus. Kemudian kegiatan keagamaan seperti pengajian." [52]

Sedangkan makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi informan selanjutnya yaitu Ibu Euis adalah sebagai berikut:

> "Makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi karyawan adalah panduan bagi karyawan. Tidak hanya untuk Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 tetapi budaya yang dulu seperti budaya ARTI lalu budaya Telkom 321 semuanya itu adalah

[51] Wawancara 14 Juni 2011

[52] Ibid

> panduan bagi para karyawan Telkom. Dengan budaya perusahaan kita menjadi tahu apa saja yang harus kita lakukan dan apa yang tidak boleh. Lalu apa saja yang harus dilakukan jika ada sesuatu hal yang terjadi di PT. Telkom."[53]

Sedangkan makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi informan Ibu Wiwiek adalah sebagai berikut:

> "Makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini sebagai identitas dari karyawan Telkom. Jadi jika merasa karyawan Telkom maka dia harus memiliki perilaku dan karakter yang tertuang di dalam Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135. Jadi Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini harus direalisasikan dalam kehidupan sehari-hari dalam bekerja."[54]

Dan ketika Peneliti menanyakan bagaimana respons para informan dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135? Informan Ibu Euis menjawab, "Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini diterima dengan baik oleh seluruh karyawan. Justru dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini menjadikan para karyawan semakin terpacu untuk memberikan kinerja yang terbaik."[55] Sedangkan informan Ibu Wiwiek menjawab, "Insan Telkom menerima budaya ini dengan terbuka bahkan sangat antusias untuk mengaplikasikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini dalam keseharian bekerja. Apapun yang diberikan kepada insan Telkom diterima oleh insan Telkom dengan terbuka dan tanggungjawab untuk mengembannya."[56]

---

[53] Wawancara 16 Juni 2011

[54] Wawancara 15 Juni 2011

[55] Wawancara 16 Juni 2011

[56] Wawancara 15 Juni 2011

Sedangkan ketika ditanya, “Apakah ada perubahan perilaku baik didalam maupun diluar lingkungan PT. Telkom dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi para informan?” berikut ini adalah jawaban yang diutarakan oleh Ibu Euis:

> “Tentu saja sebagai insan Telkom dimana saja kita berada kita adalah insan Telkom yang membawa nama Telkom jadi apa yang kita perbuat diluar lingkungan Telkom nilai-nilai yang Telkom tanamkan dalam diri kita harus tetap melekat.”[57]

Sedangkan menurut Ibu Wiwiek mengutarakan jawabannya demikian, “Ya dengan adanya budaya TTW 135 ini kan diharapkan membawa perubahan yang positif kepada perilaku insan Telkom, Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini tentu saja tidak hanya diterapkan didalam lingkungan PT. Telkom tetapi diluar lingkungan PT. Telkom. Karena insan Telkom dapat diibaratkan memikili hubungan psikologis dengan PT. Telkom sehingga ada perasaan memiliki jadi baik diluar maupun didalam lingkungan PT. Telkom Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini harus menjadi bagian dari diri insan Telkom.”[58]

Kemudian ketika ditanya, “Apakah ada budaya lain yang digalakan di lingkungan PT. Telkom?” Ibu Euis menjawab, “Ya selain Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ada masih banyak lagi kegiatan dan rutinitas yang dilakukan karyawan PT. Telkom selain kegiatan

[57] Wawancara 16 juni 2011

[58] Wawancara 15 juni 2011

kerjanya. Antara lain setiap hari Rabu ada kegiatan senam patriot, kemudian setiap jum'at pagi diadakan kegiatan olahraga senam, kemudian tiap hari senin ada kegiatan pengajian di mesjid. Hal itu juga bisa dikatakan sebagai budaya perusahaan kan, karena secara rutin diadakan dan diikuti oleh seluruh karyawan."[59]

Sedangkan jawaban yang diutarakan oleh Ibu Wiwiek adalah:

> "Budaya yang ada di PT. Telkom ini beragam. Dari Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 saja kan sebelumnya ada budaya ARTI kemudian budaya Telkom 321. Budaya yang ada di PT. Telkom ini berubah sesuai perkembangan yang ada. Jadi budaya perusahaan di PT. Telkom ini bukan hanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 saja sebagai pedoman perilaku insan Telkom."[60]

4.3 Pembahasan

Hasil penelitian diatas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti selama kurun waktu Mei 2011 dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian dari pengurusan surat izin penelitian mulai pada Universitas Komputer Indonesia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi, PT. Telkom Kandatel Bandung Timur, hingga persetujuan karyawan Divisi *Customer Care* PT. Telkom Kandatel Bandung Timur sebagai informan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang, bagaimana makna

[59] Wawancara 16 Juni 2011

[60] Wawancara 15 Juni 2011

Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sebagai pedoman bagi karyawan Divisi *Customer Care* PT. Telkom Kandatel Bandung Timur?

4.3.1 Penyampaian Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Sebagai Pedoman Berperilaku oleh PT. Telkom Kepada Para Karyawan Divisi *Customer Care*

Pada proses penyampaian Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini PT. Telkom melakukan sosialisasi dengan menggunakan dua proses komunikasi. Menurut Sendjaja dalam bukunya Pengantar Ilmu Komunikasi, menjelaskan bahwa proses komunikasi terdiri atas dua cara yaitu:

1. Proses cara primer, adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan simbol sebagai media. Lambang media primer adalah bahasa, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran adan atau perasaan komunikator kepada komunikan.
2. Proses cara sekunder, adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. (Sendjaja, 2004: 1.13)

Dimana dalam proses komunikasi terdapat lima komponen penting yaitu:

1. Pengirim pesan (*sender* atau komunikator)
2. Pesan yang dikirimkan (*message*)
3. Bagaimana pesan tersebut disampaikan (*delivery channel* atau media)
4. Penerima pesan (*receiver* atau komunikan); dan
5. Umpan balik (*feedback*) atau *effect*

Proses primer yang dilakukan oleh PT. Telkom adalah komunikasi *downward* yang dilakukan oleh setiap atasan yang ada disetiap divisi yang ada untuk memberikan pengarahan dan mencontohkan perilaku yang pada Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135. Seorang atasan merupakan sosok yang harus dapat menjadi panutan bagi karyawannya karena dengan cara mencontohkannya penyampaian pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 akan jauh lebih efektif daripada atasan hanya memberikan pengarahan-pengarahan saja. Dilingkungan PT. Telkom sendiri seorang atasan menempatkan dirinya seperti bukan seorang atasan tetapi rekanan bagi karyawannya, atasan menerapkan kepemimpinan yang demokratis dimana karyawan selalu dilibatkan dan diajak berdiskusi mengenai berbagai hal yang bersangkutan dengan kegiatan yang ada di PT. Telkom. Selain komunikasi *downward* yang dilakukan oleh para atasan divisi kepada karyawannya, para karyawan juga menempatkan diri mereka sebagai komunikator jadi komunikasi horizontal juga digunakan untuk mensosialisasikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sumitri sebagai berikut, "Komunikator yaitu atasan ya. Selain itu juga dari karyawan-karyawan lainnya. Semua yang ada disini berperan sebagai komunikator."[61]

Selain dengan proses cara primer komunikasi dalam menyampaikan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 dilakukan

[61] Wawancara 14 juni 2011

juga dengan proses cara sekunder yaitu dengan menggunakan segala media yang tersedia. Media yang digunakan oleh PT. Telkom terdiri atas media cetak yaitu melalui buku panduan dan bulletin yang bernama “Gematel” diterbitkan oleh PT. Telkom yang diperuntukan untuk para karyawannya dimana bulletin tersebut berisikan tentang segala informasi yang berkaitan dengan kegiatan-kegiatan dan berita-berita terbaru yang berkaitan dengan PT. Telkom. PT. Telkom juga mensosialisasikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini melalui media elektronik seperti internet, melalui *e-mail, website, facebook,* dan lain sebagainya sehingga tidak hanya karyawan saja yang dapat mengaksesnya tetapi juga seluruh masyarakat.

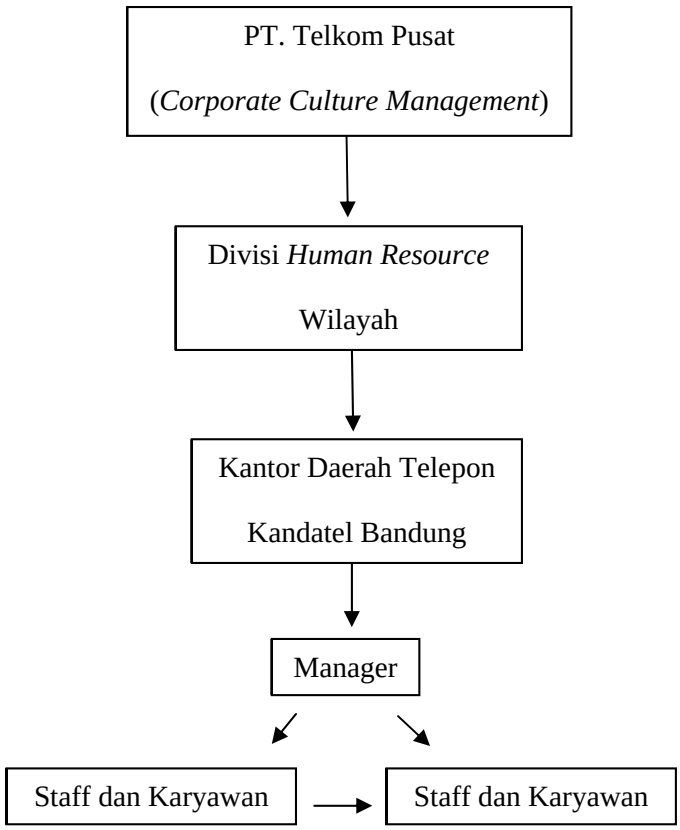
Semua cara tersebut sudah dinilai dan dirasakan sangat sesuai dan efektif untuk dilakukan oleh PT. Telkom maupun karyawan untuk melakukan sosialisasi Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 kepada karyawan dan kepada khalayak publik.

Bagi PT. Telkom sendiri mensosialisasikan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sendiri bukan hanya memberi dampak kognitif agar para karyawan mengetahui keberadaan dari budaya perusahaan dari PT. Telkom tetapi diharapkan memberi dampak behavioral dalam merubah perilaku dari karyawannya sesuai dengan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135.

Berikut ini adalah model proses penyampaian pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 di PT. Telkom Kandatel Bandung Timur.

Gambar 4.1

Bagan Proses Penyampaian Pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135



Sumber : Wawancara dengan informan

Berdasarkan bagan dapat dilihat bahwa penyampaian pesan The Telkom Way (TTW) 135 yang dibuat oleh Divisi *Corporate Culture* Manajemen di Kantor Pusat PT. Telkom disampaikan kepada Divisi Human Resource Wilayah yang kemudian disebarkan lagi kepada Kantor Daerah Telepon Kandatel Bandung, kemudian pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 disebarkan lagi kepada manajer dari masing-masing divisi untuk disampaikan kepada seluruh staff dan para karyawannya. Setiap staff dan karyawan pun saling menyebarkan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 kepada staff dan karyawan lainnya.

4.3.2 Faktor Hambatan dalam Penerima Pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Sebagai Pedoman Berperilaku oleh Para Karyawan Divisi *Customer Care* PT. Telkom

Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti kepada para informan, seluruh informan menjawab selama menyampaikan dan menerima pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini tidak ada hambatan-hambatan yang dirasakan. Dimana dalam komunikasi organisasi ada beberapa hambatan yang dapat dialami yaitu hambatan semantic, hambatan fisik, hambatan psikologis dan hambatan fisiologis. Hambatan semantic adalah pengetahuan tentang pengertian atau makna kata (denotatif). Jadi hambatan semantik adalah hambatan mengenai bahasa, baik bahasa

yang digunakan oleh komunikator, maupun komunikan. Apa yang disampaikan oleh komunikator dapat dimengerti dengan baik dan jelas oleh para informan. Begitu juga ketika informan menyampaikan pesan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini kepada komunikan lainnya. Karena sosialisasi yang dilakukan sudah maksimal.

Tidak adanya hambatan yang dialami ini membuktikan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh para komunikator sudah efektif. Komunikasi efektif menurut Sastropoetra (1990) adalah:

> "Suatu komunikasi dapat dikatakan efektif atau berhasil bilamana diantara penyebar pesan dan penerima pesan terdapat suatu pengertian yang sama mengenai isi pesan. Isi pesan yang disampaikan oleh penyebaran melalui lambang-lambang itu dapat dikatakan sebagai titian atau kendaraan. Untuk simbol dipergunakan antara mereka dapat terdiri atas: bahasa baik lisan maupun tulisan, syarat-syarat, gambar-gambar dan tanda-tanda." (Sastropoetro, 1990:8)

Para karyawan tidak merasa komunikasi yang dilakukan komunikator adalah komunikasi instruktif yang bersifat memerintah tetapi lebih kepada komunikasi yang bersifat persuasif.

Hambatan berupa hambatan fisik pun tidak dialami oleh para insan Telkom. Pesan *The Telkom Way* (TTW) 135 ini pun dapat dilaksanakan dengan baik oleh para karyawan PT. Telkom. Para karyawan merasa tidak terbebani dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini, justru dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini para karyawan merasa lingkungan PT. Telkom semakin bernuansa kekeluargaan.

Hambatan psikologis pun tidak dialami oleh para insan Telkom. karena antar sesama insan Telkom tidak ada yang melakukan sesuatu hanya berdasarkan kepentingan dan motif dari masing-masing insan Telkom. Apa yang mereka lakukan adalah untuk kepentingan bersama dan untuk kemajuan dari PT. Telkom sendiri. Para insan Telkom adalah orang-orang yang memegang teguh prinsip-prinsip kerjasama dan kekeluargaan dalam bekerja, sehingga mereka tidak memiliki prasangka satu sama lain justru merasa seperti satu keluarga. dengan begitu hambatan fisioligis pun tidak dialami oleh para insan Telkom.

Selama peneliti melakukan observasi peneliti tidak menemukan bahwa para karyawan mengalami kendala dari factor semantic, fisik, psikologis, fisiologis. Para karyawan bekerja dengan lancar dan dengan kerjasama yang kental antara karyawan yang satu dengan yang lainnya. Dalam menjalani setiap kegiatan yang ada para karyawan PT. Telkom melakukannya dengan antusias justru dengan berbagai kegiatan yang ada membuat para karyawan senang karena dapat mendekatkan hubungan satu sama lainnya dan menjaga silaturahmi antar karyawan.

4.3.3 Makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 Sebagai Pedoman Berperilaku Bagi Para Karyawan Divisi *Customer Care* PT. Telkom

Menurut Stephen Covey, komunikasi merupakan keterampilan yang penting dalam hidup manusia. Unsur yang paling penting dalam berkomunikasi adalah bukan sekedar apa yang kita tulis atau yang kita katakan, tetapi karakter kita dan bagaimana kita menyampaikan pesan kepada penerima pesan. Penerima pesan tidak hanya sekedar mendengar kalimat yang disampaikan tetapi juga membaca dan menilai sikap kita. Jadi syarat utama dalam komunikasi yang efektif adalah karakter kokoh yang dibangun dari fondasi etika serta integritas pribadi yang kuat.

Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini diciptakan sebagai pedoman dalam berperilaku bagi seluruh karyawan PT. Telkom yang harus dimaknai dan dipatuhi oleh para karyawannya, sehingga para karyawan PT. Telkom memiliki karakter yang kuat. Budaya perusahaan dapat dikatakan sebagai pondasi dari sebuah perusahaan. Bagi PT. Telkom dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini PT. Telkom ingin membentuk karakter dari setiap Insan Telkom sesuai dengan apa yang ada pada Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135. Dengan Insan Telkom yang memiliki perilaku seperti yang ada pada Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 maka akan

membawa perubahan yang besar dan berarti bagi kemajuan PT. Telkom.

Timbal balik atau respon yang diberikan oleh para karyawan terhadap Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini sangat positif. Mereka menerima Budaya ini dengan tangan terbuka dan bangga dalam mempraktekkannya di kegiatan kerjanya sehari-hari. Seperti yang dikatakan Ibu Tantri tentang responsnya terhadap Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 berikut ini:

> "Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini direspos positif oleh insan Telkom. Dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini ada dorongan positif yang diberikan PT. Telkom agar para Insan Telkom dapat bekerja dengan kinerjanya yang terbaik."[62]

Hal positif ini terbukti dengan tidak hanya dipraktekkan dan dijunjung di dalam lingkungan kerja PT. Telkom saja tetapi diluar lingkungan PT. Telkom pun Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini pun memberikan pengaruh terhadap perilaku para karyawannya bahkan dalam kehidupan sehari-hari para karyawan. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Sumitri sebagai berikut:

> "Ya tentu saja, apa yang ditanam oleh perusahaan kepada para karyawannya pasti akan terbawa ke kehidupan para karyawan diluar lingkungan PT. Telkom. Tapi hal itu dinilai positif kok. Jika hal baik dipraktekkan dikehidupan, kenapa tidak?"[63]

[62] Wawancara 13 Juni 2011

[63] Wawancara 15 Juni 2011

Bukan hanya dengan Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 saja para karyawan menanggapi positif, tetapi juga dengan segala bentuk kegiatan yang diadakan oleh PT. Telkom baik kegiatan rutin maupun yang tidak rutin. Di PT. Telkom sendiri ada kegiatan yang berkaitan dengan iman, budaya, dan olahraga (IBO).

Budaya perusahaan bukanlah hanya sebuah aturan atau nilai yang hanya dilakukan seperti tugas yang harus diselesaikan. Budaya perusahaan haruslah didalami maknanya oleh setiap elemen yang menganutnya. Para karyawan PT. Telkom sendiri memiliki makna tersendiri dengan adanya Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135. Jalaludin Rahmat (2000: 277) mengingatkan bahwa kata-kata tidak bermakna, oranglah yang memberi makna. Menurut Brown definisi makna adalah sebagai berikut:

> "Makna merupakan kecenderungan total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bahasa, dimana makna memiliki banyak komponen yang dapat membangkitkan suatu kata atau kalimat". (Mulyana, 2000:256)

Para informan memaknai Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini dengan makna konotatif, dimana informan memaknai budaya perusahaannya ini berdasarkan pemikiran dan pengalaman mereka masing-masing selama menganut Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini dalam bekerja. Makna konotatif adalah makna yang tidak dapat dicarikan rujukannya. Makna ini terdapat pada pikiran orang, hanya dimiliki dirinya saja. Ada yang memaknai Budaya *The Telkom*

Way (TTW) 135 ini sebagai patokan, rel, panduan dalam berperilaku kerja, jadi Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 dimaknai sebagai arahan bagi karyawan bagaimana berperilaku dalam bekerja, apa saja yang harus dilakukan oleh karyawan jika menghadapi suatu keadaan baik keadaan yang positif maupun negatif, apa yang boleh dilakukan dan apa yang tidak boleh dilakukan. Dan ada lagi yang memaknai Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini sebagai identitas diri jadi seorang Insan Telkom adalah orang yang memiliki karakter dan perilaku sesuai dengan yang ada pada Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135. Ada juga yang memaknai sebagai pedoman sesuai dari fungsi Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini sendiri. Bagaimana para karyawan memaknai Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini adalah berdasarkan pada yang mereka jalani dan mereka dalami pemahamannya berdasarkan pengalaman mereka masing-masing. Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Endang berikut ini:

> "Budaya perusahaan *The Telkom Way* (TTW) 135 bagi Ibu pribadi ibarat seperti rel. Jadi budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini adalah jalur bagi Insan Telkom dalam bekerja. Seperti patokan untuk kita sehingga kita tidak melenceng dari tujuan yang ingin dicapai. Karena dari Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini juga banyak poin-poin yang harus ditaati oleh Insan Telkom. Apa yang boleh dikerjakan dan apa yang tidak boleh."[64]

Berdasarkan hasil dari penelitian ini para karyawan yang menjadi informan pada penelitian ini memaknai Budaya *The Telkom*

[64] Wawancara 10 Juni 2011

Way (TTW) 135 ini sesuai dengan peran dari budaya perusahaan itu sendiri.

Seperti yang diungkapkan oleh Ibu Wiwiek yang memaknai Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sebagai identitas diri sebagai berikut:

> "Makna budaya TTW 135 ini sebagai identitas dari karyawan Telkom. Jadi jika merasa karyawan Telkom maka dia harus memiliki perilaku dan karakter yang tertuang di dalam budaya TTW 135. Jadi budya TTW 135 ini harus direalisasikan dalam kehidupan sehari-hari dalam bekerja."[65]

Pernyataan tersebut sesuai dengan peran dari budaya perusahaan yang dikemukakan oleh Poerwanto dalam bukunya Budaya Perusahaan yaitu, "Budaya memberikan rasa memiliki identitas dan kebanggaan bagi karyawan, yaitu menciptakan perbedaan yang jelas antara organisasinya dengan yang lain." (Poerwanto, 2008:26)

Sedangkan makna Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 menurut Ibu Endang sebagai rel, Ibu Tantri sebagai patokan dan Ibu Euis sebagai panduan sesuai dengan peran budaya perusahaan menurut Wirawan dalam bukunya Budaya dan Iklim Organisasi Teori Aplikasi dan Penelitian sebagai berikut:

> "Menciptakan konsistensi. Budaya oragnisasi menciptakan konsistensi berpikir, berperilaku, dan merespon lingkungan organisasi. Budaya organisasi memberikan peraturan, panduan, prosedur serta pola memproduksi dan melayani konsumen, pelanggan, nasabah, atau klien organisasi. Semua hal tersebut menimbulkan konsistensi pola pikir, cara

[65] Wawancara 15 Juli 2011

> bertindak dan berperilaku anggota organisasi dalam melaksanakan tugas dan perannya. Dengan kata lain, anggota organisasi melaksanakan tugasnya *by book*, tidak menyimpang dari panduan yang ada dibuku budaya organisasi." (Wirawan, 2007:37)

Dan menurut Ibu Sumitri yang memaknai Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sebagai penguat sesuai dengan peran budaya perusahaan menurut Wirawan dalam bukunya Budaya dan Iklim Organisasi Teori Aplikasi dan Penelitian sebagai berikut:

> "Motivasi. Budaya organisasi merupakan kekuatan yang tidak terlihat atau *inficible force* dibelakang faktor-faktor organisasi yang kelihatan dan dapat diobservasi. Budaya merupakan energi sosial yang membuat anggota organisasi untuk bertindak. Budaya organisasi memotivasi anggota organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Mereka merasa berkewajiban dan bertanggung jawab untuk merealisasikan organisasi." (Wirawan, 2007:37)

Dari observasi yang dilakukan oleh Peneliti para karyawan PT. Telkom sangat mementingkan kerjasama. Dengan sesama karyawan mereka tidak segan-segan membantu satu sama lain, dan sangatlah jarang terjadi konflik antar sesama karyawan karena komunikasi yang ada berjalan dengan lancar. Dengan memaknai dan mendalami Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 sebagai pedoman perilaku membawa pengaruh positif yang besar bagi karyawan PT. Telkom. Komunikasi dapat diartikan sebagai upaya seseorang untuk mengubah pikiran atau perasaan dan perilaku orang lain. (Effendy, 1988:55)

PT. Telkom sendiri mengharuskan para karyawannya mendalami dan memahami secara mendalam Budaya *The Telkom Way* (TTW) 135 ini. Bahkan PT. Telkom memerintahkan para karyawan untuk menandatangani sebuah surat pernyataan yang berisikan kesediaan para karyawan mematuhi seluruh kebijakan-kebijakan yang ada di lingkungan PT. Telkom dan bersedia menerima sanksi jika melanggar.