

SOSIALISASI VIRTUAL BUDAYA PERUSAHAAN DALAM MEMBANGUN KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus Di Pt Pln Batubara)

Andy Kurniady

Universitas Mercu Buana
andy.kurniady@gmail.com

Abstract. A great company building is fundamentally a culture. Culture is related to the values recognized by the company as values that are upheld as well as being a guideline for internal stakeholders in thinking, interacting, and behaving in living life in the company. This study aims to describe and examine in depth the virtual socialization of corporate culture in building competitive advantage in PT PLN Batubara. Company culture is used as a code of conduct to improve the best performance. The paradigm of this research is constructivist. This paradigm views that reality is the result of the construction or formation of humans themselves and holds the view that knowledge is not only the result of the construction of the thought of the subject under study. This study uses a qualitative case study method which is one of the research strategies to develop an in-depth analysis on the subject of how to socialize virtual corporate culture in realizing competitive advantage in PT PLN Batubara.

Keywords: Socialization, Corporate Culture, Competitive Advantage

Abstrak. Perusahaan yang hebat bangunan dasarnya adalah budaya. Budaya berkaitan dengan nilai-nilai yang diakui oleh perusahaan sebagai nilai-nilai yang dijunjung tinggi serta menjadi pedoman stakeholder internal dalam berpikir, berinteraksi, dan bertingkah laku dalam menjalani kehidupan di perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan mengkaji secara mendalam tentang sosialisasi virtual budaya perusahaan dalam membangun keunggulan bersaing di PT PLN Batubara. Budaya perusahaan dijadikan pedoman perilaku untuk meningkatkan performance yang terbaik. Paradigma penelitian ini adalah konstruktivis paradigma ini memandang bahwa kenyataan itu hasil konstruksi atau bentukan dari manusia itu sendiri dan berpandangan bahwa pengetahuan itu bukan hanya merupakan hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif studi kasus dimana merupakan salah satu strategi penelitian untuk mengembangkan analisis mendalam dengan pokok masalah bagaimana sosialisasi virtual budaya perusahaan dalam mewujudkan keunggulan bersaing di PT PLN Batubara.

Kata kunci: Sosialisasi, Budaya Perusahaan, Keunggulan Bersaing

PENDAHULUAN

Budaya perusahaan berkaitan dengan nilai-nilai yang diakui oleh perusahaan sebagai nilai-nilai yang dijunjung tinggi serta menjadi pedoman stakeholder internal dalam berpikir, berinteraksi, dan bertingkah laku dalam menjalani kehidupan di perusahaan. Selain itu budaya perusahaan memiliki peranan penting dalam membangun prestasi dan produktifitas kerja para karyawan sehingga mengarahkan perusahaan kepada keberhasilan.

Keberhasilan suatu perusahaan sangat berkaitan dengan budaya yang berkembang dan berlaku didalam perusahaan itu sendiri, karena berdirinya suatu perusahaan yang hebat bangunan dasarnya adalah budaya, ketika perusahaan memiliki aset yang besar namun tanpa diikuti dengan budaya perusahaan yang bagus maka sustainability nya akan terganggu.

Adapun situasi perubahan lingkungan dalam bekerja pada saat ini dengan adanya pandemi virus Covid-19 menyebabkan semua melakukan physical distancing adanya kebijakan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) merubah berbagai aspek,

sehingga berpengaruh terhadap produktivitas kinerja maupun terhadap sosialisasi budaya perusahaan.

Untuk tetap dapat meningkatkan produktivitas kinerja dalam berkomunikasi dan bersosialisasi secara efektif, maka PT PLN Batubara merubah cara dalam mensosialisasikan budaya perusahaan yaitu dilakukan secara virtual. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Virtual adalah nyata, hal ini dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan mirip dengan versi aslinya yang dalam prakteknya biasanya dibantu dengan sebuah teknologi.

Sosialisasi budaya perusahaan merupakan sesuatu hal yang sangat penting karena berfungsi sebagai sarana belajar mengenal baik nilai, norma, dan perilaku yang ada diperusahaan. Sosialisasi adalah proses penyesuaian diri anggota-anggota baru terhadap budaya organisasi dalam memasuki suatu organisasi atau perusahaan. Sedangkan menurut Robbins sosialisasi organisasi adalah proses seseorang mempelajari nilai, norma, dan perilaku yang dituntut, yang memungkinkan ia untuk berpartisipasi sebagai anggota organisasi (Tika Pabundu 2012:56).

Lebih lanjut, Menurut Berger dan Luckmann untuk mencapai internalisasi individu akan terlebih dahulu mendapatkan sosialisasi yang dapat diidentifikasi sebagai pengimbasan individu secara komprehensif dan konsisten ke dalam dua obyektif suatu masyarakat atau salah satu sektornya. Sosialisasi sendiri dibagi menjadi dua primer dan sekunder. Sosialisasi primer adalah sosialisasi yang paling pertama dialami oleh individu yaitu pada masa kanak-kanak yang dengan itu ia menjadi anggota masyarakat. Sedangkan sosialisasi sekunder adalah proses-proses lanjutan yang mengimbas individu yang sudah tersosialisasi itu ke dalam sector- sektor baru dunia obyektif masyarakatnya (Berger dan Luckmann, 1991:149).

Budaya perusahaan yang paling dipandang sebagai instrumen yang efektif digunakan untuk mendukung dan memperkuat identitas perusahaan untuk mencapai tujuan seperti fleksibilitas tenaga kerja. Bahwa salah satu manfaat utama identitas perusahaan bisa dimiliki adalah motivasi, retensi, dan rekrutmen karyawan. Menurut Moorhead, G. dan Griffin, R.W.1999 budaya organisasi merupakan seperangkat nilai, yang membantu anggota organisasi memahami tindakan mana yang bisa diterima dan mana yang tidak dapat diterima (Ganiem dan Kurnia, 2019: 189).

Lebih lanjut, Menurut Edgar H. Schein, budaya organisasi mengacu ke suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggotanya untuk membedakan organisasi itu terhadap organisasi lain. Schein menjelaskan unsur- unsur budaya yaitu: ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat- istiadat, perilaku atau kebiasaan (norma) masyarakat, asumsi dasar, sistem nilai, pembelajaran atau pewarisan, dan masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal (Schein 2009:21).

Budaya merupakan sistem makna bersama yang khas dan menjadi panutan anggota organisasi. Budaya dapat berperan sebagai pembeda dengan perusahaan lain. Sistem makna yang dipersepsikan bersama nilai-nilai yang disadari atau tidak disadari memiliki kemampuan mengikat anggota organisasi.

Memanfaatkan teknologi virtual untuk memfasilitasi kegiatan dan berbagi informasi didalam perusahaan saat ini sangat dibutuhkan, apalagi saat ini dengan adanya pandemi covid 19 teknologi virtual sangat diperlukan demi berjalannya proses bisnis supaya dapat menambah nilai dan mekanisme tata kelola perusahaan menjadi lebih baik. Keunggulan bersaing yang sudah dicapai suatu perusahaan harus dipertahankan, untuk menjadikan keunggulan bersaing tersebut menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Sunyoto 2015:2).

METODE

Paradigma atau cara pandang dalam penelitian ini adalah konstruktivis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dimana merupakan salah satu strategi penelitian untuk mengembangkan analisis mendalam dengan

pokok masalah bagaimana sosialisasi virtual budaya perusahaan dalam mewujudkan keunggulan bersaing di PT PLN Batubara.

Dalam teknik pengumpulan data lapangan difokuskan pada dua macam data: data primer dan data sekunder. Pengumpulan data primer teknik utama yang digunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi data primer digali dari informan untuk mendapat gambaran detail persepsi informan mengenai bagaimana sosialisasi virtual budaya perusahaan dalam mewujudkan keunggulan bersaing di PT PLN Batubara. Sedangkan data sekunder peneliti menggunakan studi literatur dengan mencari literatur dari buku-buku, jurnal dokumen, maupun sumber-sumber lain yang terkait judul penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan model Miles dan Huberman, Di dalam model ini terdapat tiga komponen utama (Ardianto, 2011:223). Yaitu:

- a. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis untuk mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara tertentu dimana kesimpulan akhir bisa digambarkan. Reduksi data terjadi secara berkelanjutan hingga akhir laporan.
- b. Model data (Data Display) adalah suatu kumpulan informasi yang tersusun dan memberikan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling umum dari model data kualitatif adalah teks naratif.
- c. Penarikan/ Verifikasi adalah suatu proses yang bermula dari permulaan pengumpulan data, dimana peneliti kualitatif mulai memutuskan atas makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola penjelasan, konfiagurasi, yang mungkin alur sebab akibat dan proposisi-proposisi.

Teknik keabsahan data yang digunakan penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Teknik triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. (Sugiyono 2017:125).

KAJIAN TEORI

Penelitian sebelumnya melalui jurnal bahwa budaya organisasi menjadi metafora untuk memahami organisasi bila dilihat dalam sistem sosial budaya yang lebih luas. Budaya memainkan peran penting dalam kehidupan anggota organisasi, mengelilingi dalam seperangkat nilai-nilai bersama, kepercayaan, mitos, tradisi dan norma makna, hal ini dapat membantu mempromosikan tujuan organisasi (J. B. PATNAIK 2011:92).

Sosialisasi adalah proses penyesuaian diri anggota-anggota baru terhadap budaya organisasi dalam memasuki suatu organisasi atau perusahaan. Sedangkan menurut Robbins sosialisasi organisasi adalah proses seseorang mempelajari nilai, norma, dan perilaku yang dituntut, yang memungkinkan ia untuk berpartisipasi sebagai anggota organisasi (Tika Pabundu 2012:56).

Menurut Berger dan Luckmann untuk mencapai internalisasi individu akan terlebih dahulu mendapatkan sosialisasi yang dapat diidentifikasi sebagai pengimbasan individu secara komprehensif dan konsisten ke dalam dua obyektif suatu masyarakat atau salah satu sektornya. Sosialisasi sendiri dibagi menjadi dua primer dan sekunder. Sosialisasi primer adalah sosialisasi yang paling pertama dialami oleh individu yaitu pada masa kanak-kanak yang dengan itu ia menjadi anggota masyarakat. Sedangkan sosialisasi sekunder adalah proses-proses lanjutan yang mengimbas individu yang sudah tersosialisasi itu ke dalam sector-sector baru dunia obyektif masyarakatnya (Berger dan Luckmann, 1991:149). Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI) Virtual adalah nyata, hal ini dapat diartikan sebagai aktivitas yang dilakukan mirip dengan versi aslinya yang dalam prakteknya biasanya dibantu dengan sebuah teknologi.

Penelitian yang dilakukan Suwardi (2016) tentang Tantangan Budaya Organisasi Era

Multi Informasi Pada Virtual Organization (Suatu Pandangan Studi Empiris). Dengan melihat kedepan sebuah organisasi dalam berkompetensi bisnis yang semakin ketat bahwa keobyektifan, profesionalitas dan sikap terbuka dan percaya terhadap keterbatasan sumber daya, dan sumber daya akan dapat dipenuhi dengan membuka diri dalam beraliansi, aliansi yang tak terikat dengan kekakuan, kepura-puraan, transparansi dan menggunakan piranti teknologi informasi yang memperpendek jarak dan waktu, maka organisasi virtual menjawab tantangan semua itu.

Menurut Berger dan Luckmann dalam buku yang berjudul *the social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*, meyakini bahwa realitas merupakan hasil ciptaan manusia kreatif melalui kekuatan kontruksi sosial terhadap dunia sosial disekelilingnya, "reality is socially constructed". Realitas dan pengetahuan adalah dua istilah yang menjadi kunci dari teori konstruksi sosial. Realitas diartikan sebagai suatu kualitas yang terdapat didalam realitas-realitas yang diakui sebagai memiliki keberadaan (Being) yang tidak tergantung pada kehendak kita sendiri. Sedangkan pengetahuan didefinisikan sebagai kepastian bahwa realitas-realitas itu nyata dan memiliki karakteristik yang spesifik (Berger & Luckmann 1990:34).

Berger menemukan konsep untuk menghubungkan konsep antara yang subjektif dan objektif itu melalui konsep dialektika, yang dikenal sebagai objektivasi, internalisasi dan eksternalisasi yaitu:

1. Objektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusional.
2. Internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya.
3. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia (Berger & Luckmann, 1990:41).

Menurut Moorhead, G. dan Griffin, R.W.1999 budaya organisasi merupakan seperangkat nilai, yang membantu anggota organisasi memahami tindakan mana yang bisa diterima dan mana yang tidak dapat diterima (Ganiem dan Kurnia, 2019: 189).

Lebih lanjut, Menurut Edgar H. Schein, budaya organisasi mengacu ke suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggotanya untuk membedakan organisasi itu terhadap organisasi lain. Schein menjelaskan unsur- unsur budaya yaitu: ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat- istiadat, perilaku atau kebiasaan (norma) masyarakat, asumsi dasar, sistem nilai, pembelajaran atau pewarisan, dan masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal. Selanjutnya Edgar H. Schein menyatakan bahwa budaya terdiri dari 3 (tiga) lapisan atau tingkatan, yaitu:

- a. Artefacts yaitu tingkat pertama atau atas dimana kegiatan atau bentuk organisasi terlihat seperti struktur organisasi maupun proses lingkungan fisik organisasi dan produk produk yang dihasilkan.
- b. Espoused Values yaitu tingkat kedua adalah nilai-nilai yang didukung terdiri dari strategi, tujuan, dan filosofi organisasi. Tingkat ini mempunyai arti penting dalam kepemimpinan, nilai- nilai ini harus ditanamkan pada tiap-tiap anggota organisasi.
- c. Underlying Assumption, asumsi yang mendasari yaitu suatu keyakinan yang dianggap sudah harus ada dalam diri tiap-tiap anggota mengenai organisasi yang meliputi aspek keyakinan, pemikiran dan keterikatan perasaan terhadap organisasi (Schein 2009:21).

Tina Melinda dan Zulkarnain (2004) dalam penelitiannya tentang Budaya Perusahaan dan persepsi pengembangan karir pada karyawan yang bekerja. Pembentukan budaya yang kuat ini dapat dicapai dengan cara mensosialisasi budaya perusahaan secara optimal dan kontinue sehingga perusahaan menjadi milik orang dalam perusahaan tanpa terkecuali. Memelihara budaya perusahaan dengan cara pemimpin harus senantiasa memberikan dorongan kepada para manajer dan karyawan untuk mengimplentasikan budaya perusahaan dalam setiap event

penting, memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam kelangsungan perusahaan memperjelas pola pengembangan karir karyawan.

Menurut Melewar dalam bukunya *Facets of Corporate Identity, Communication, and Reputation* (2008:16) mengungkapkan perspektifnya terhadap budaya perusahaan sebagai berikut:

Corporate culture being an interpretive mechanism and support the argument for the need for management to deploy necessary cultural artefacts and symbols that sustain organizational development.

Melewar mencoba mengungkapkan bahwa Budaya perusahaan menjadi mekanisme interpretatif dan mendukung pendapat tentang perlunya manajemen untuk menyebarkan simbol budaya yang diperlukan untuk mendukung perkembangan organisasi.

Menurut Sunyoto (2015:2) Keunggulan bersaing yang sudah dicapai suatu perusahaan harus dipertahankan, untuk menjadikan keunggulan bersaing tersebut menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

Jinyoul Lee, dkk (2007) melalui jurnal *Virtual Organization: Resource- Based View* menyatakan “virtualization” illuminates the meaning of the ontological existence of virtual organization. It resets the full potential of virtual organization in its benefits, values, strategies, cultures, etc., which provides virtual organization an edge against other virtual competitors. Berdasarkan penjelasan diatas bahwa virtual organisasi memberikan potensi penuh manfaat antara lain nilai, strategi, budaya, dan lain-lain yang memberikan keunggulan bersaing diantara kompetitor lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Budaya perusahaan PT PLN Batubara yaitu PLNBB Terbaik Kata “Terbaik” kepanjangan dari “Tumbuh Berkembang dengan Integritas dan Keunggulan” yang artinya PT PLN Batubara senantiasa tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan terbaik karena insan PLN Batubara menjaga martabat dan berintegritas, serta selalu berupaya mencapai keunggulan menuju kesempurnaan dalam menyediakan pasokan batubara utama bagi ketenagalistrikan untuk kehidupan yang lebih baik.

Adanya pandemi covid-19 menyebabkan semua melakukan physical distancing adanya kebijakan pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) merubah berbagai aspek, sehingga berpengaruh terhadap produktivitas kinerja maupun terhadap sosialisasi budaya perusahaan yang dilakukan secara virtual. Berdasarkan hasil observasi selama adanya pandemi covid-19 sosialisasi budaya PLNBB Terbaik dilakukan antara lain:

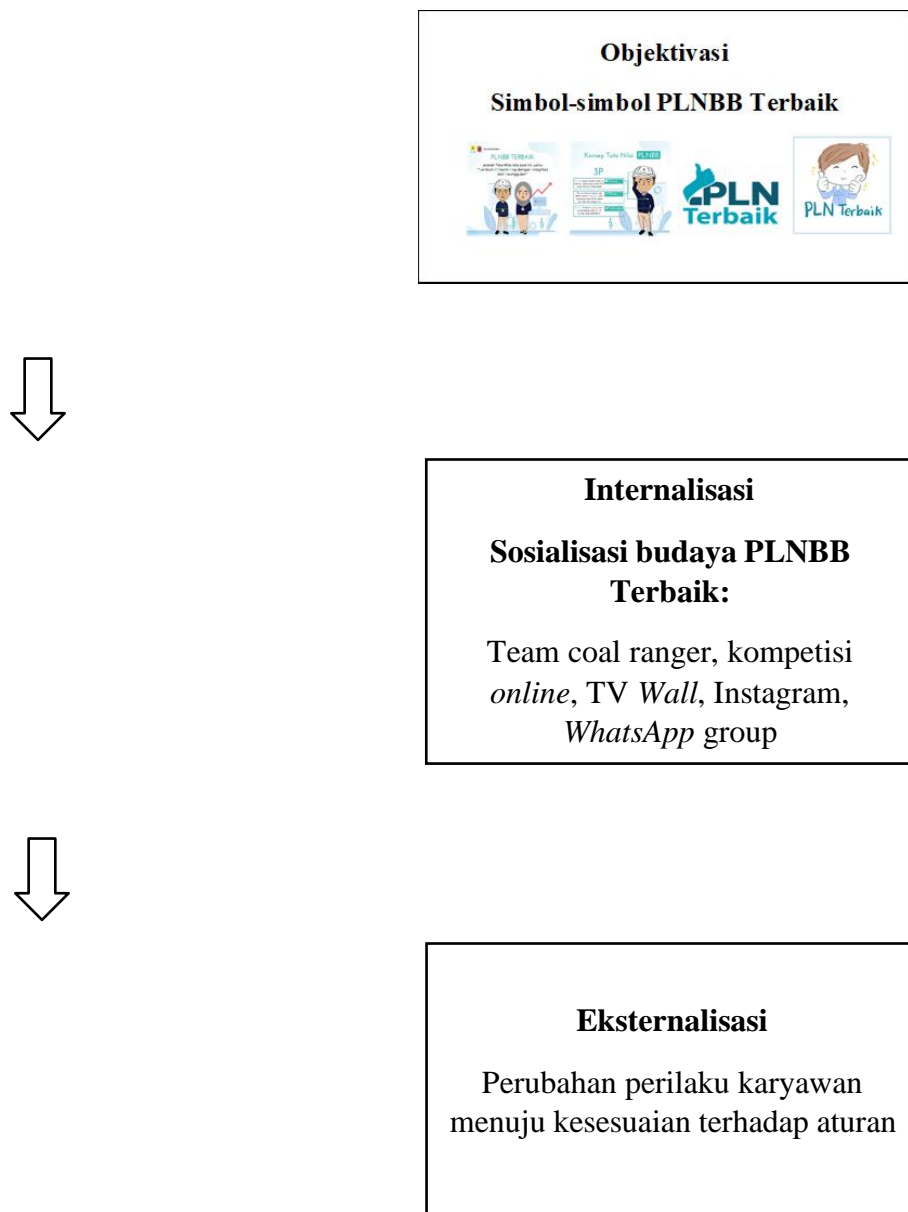
1. Briefing pagi yang biasanya dilakukan tatap muka berubah menjadi menggunakan audioyang diperdengarkan keseluruh ruangan kantor.
2. Bincang bulanan yang dilakukan tatap muka setiap satu bulan sekali berubah memanfaatkan media digital menggunakan zoom meeting.
3. Selain itu perubahan sosialisasi budaya perusahaan juga menggunakan platform digital yaitu sosialisasi virtual seperti adanya kompetisi/quiz online, postingan menggunakan media sosial Instagram, WhatsApp group, dan TV Wall.

Team Coal Ranger dalam Sosialisasi PLNBB Terbaik Berdasarkan Surat Keputusan Direksi PT PLN Batubara No: 0186.K/DIRPLNBB/2020 tanggal 01 April 2020 tentang Pembentukan Team Coal Ranger, dalam rangka implementasi program culture leap dan PLN Batubara Terbaik di lingkungan PT PLN Batubara, maka dipandang perlu adanya team coal ranger untuk mendukung program budaya PLNBB Terbaik. Terbentuknya team coal ranger merupakan team yang didalamnya terdapat orang-orang dari perwakilan masing-masing divisi yang bertugas untuk menjadi role model dan sebagai agen perubahan yang dapat mewakili dalam

mensosialisasikan budaya PLNBB Terbaik secara menyeluruh, sebagai penggerak dan influencer perubahan yang bertugas mempengaruhi, mendorong, dan menggerakkan mulai dari diri sendiri serta rekan kerjanya untuk ikut berpartisipasi dalam perubahan menuju ke arah yang lebih baik, sebagai komunikator yang bertugas melaksanakan komunikasi dua arah antara para karyawan dengan para pengambil keputusan.



Dengan terbentuknya team coal ranger diharapkan sosialisasi budaya PLNBB Terbaik dapat dipahami dan diinternalisasi dengan baik oleh seluruh stakeholder internal. Berikut tahapan dari sosialisasi menurut Berger & Luckmann ada 3 konsep:



Berdasarkan hasil observasi bahwa tujuan dari sosialisasi virtual budaya PLNBB Terbaik pada saat pandemi covid-19 adalah membuat pegawai mendapatkan informasi dan paham budaya perusahaan, selain itu membuat pegawai terlibat dalam program serta termotivasi senantiasa mendorong perubahan di lingkungan perusahaan.

Pembahasan

Motif Budaya PLNBB Terbaik dalam membangun keunggulan bersaing Terbentuknya budaya PLNBB Terbaik dijadikan sebagai budaya perusahaan dan pedoman perilaku PT PLN Batubara sejak diterbitkannya Keputusan Direksi nomor 284.K/DIR/2019 tanggal 19 Agustus 2019 tentang Penetapan Tata Nilai PLNBB Terbaik dan Pedoman Perilaku, sebelumnya budaya yang lama tidak membangun performance perusahaan menjadi lebih baik, hal ini dikarenakan budaya lama tidak tersosialisasi dengan baik ke seluruh karyawan.

Motif budaya PLNBB Terbaik dalam membangun keunggulan bersaing yaitu karena budaya PLNBB Terbaik merupakan sebuah semangat baru yang dibentuk untuk memotivasi karyawan dan menjadi pedoman perilaku oleh seluruh karyawan dalam bekerja sehingga keunggulan bersaing itu mudah untuk didapatkan.

Makna budaya PLNBB Terbaik dalam membangun keunggulan bersaing

Berdasarkan hasil penelitian makna budaya PLNBB Terbaik yaitu :

1. Karyawan bisa membangun karakter diri yang lebih responsibility terhadap kedisiplinan dengan dibuktikan datang ke kantor tepat waktu, menghadiri dan memulai suatu pertemuan dengan tidak terlambat.
2. Proaktif secara individu atau kelompok melaksanakan atau mengikuti program korporat antara lain dengan antusias karyawan mengikuti Quiz online, kompetisi jingle PLN Terbaik.
3. Senantiasa mengacu pada arah dan tujuan perusahaan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya sesuai konsep tata nilai PLNBB Terbaik 3P (Prinsip, Pikiran, dan Perbuatan) yaitu:

Prinsip yaitu prinsip yang menjadi dasar keyakinan bagi semua karyawan PLN Batubara untuk berpikir dan bertindak. Hal ini merupakan PLN Batubara senantiasa tumbuh dan berkembang menjadi perusahaan terbaik, karena karyawan PLN Batubara menjaga martabat, berintegritas dan selalu berupaya mencapai keunggulan menuju kesempurnaan dalam menyediakan listrik untuk kehidupan yang lebih baik.

Pikiran yaitu penajaman prinsip-prinsip dalam bentuk nilai-nilai memadukan karyawan PLN Batubara dalam bertindak dan berperilaku.

Dalam hal ini sinergi bekerja sama secara produktif dengan seluruh pihak terkait dilandasi sikap saling menghargai dan menghormati. Profesionalisme cerdas, tuntas, antusias dan akurat dalam melihat aspek bisnis untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam mencapai kinerja terbaik. Komitmen memberikan pengalaman terbaik (dari sisi produk, layanan bagi pelanggan).

Perbuatan yaitu perilaku atau tindakan yang mempresentasikan nilai-nilai dan prinsip yang ditetapkan. Dalam hal ini senantiasa menunjukkan perilaku konsisten antara ucapan dan tindakan, disiplin, dan memenuhi komitmen. Menunjukkan inisiatif untuk meningkatkan keahlian dan potensi diri serta orang lain serta dapat dipercaya dan berani mengambil risiko demi tercapainya tujuan perusahaan.,

Sosialisasi Virtual Budaya PLNBB Terbaik dalam membangun keunggulan bersaing

Menurut Berger dan Luckmann untuk mencapai internalisasi, individu akan terlebih dahulu mendapatkan sosialisasi, yang dapat diidentifikasi sebagai pengimbasan individu secara komprehensif

dan konsisten ke dalam dunia obyektif suatu masyarakat atau salah satu sektornya. Sosialisasi sendiri dibagi menjadi dua yaitu sosialisasi primer adalah sosialisasi yang paling pertama dialami oleh individu pada masa kanak-kanak menjadi anggota masyarakat, sedangkan sosialisasi sekunder adalah proses lanjutan yang mengimbas individu yang sudah tersosialisasi itu ke dalam sektor-sektor baru dunia obyektif masyarakatnya (Berger dan Luckmann, 1990:187). Sedangkan menurut Robbins sosialisasi organisasi adalah proses seseorang mempelajari nilai, norma, dan perilaku yang dituntut, yang memungkinkan ia untuk berpartisipasi sebagai anggota organisasi (Tika Pabundu 2012:56).

Sosialisasi budaya PLNBB Terbaik yang dilakukan PT PLN Batubara ditengah pandemi covid-19 saat ini disosialisasikan secara online atau virtual maka peneliti menyebutnya sosialisasi virtual. Budaya merupakan bangunan dasar dari perusahaan dengan adanya transformasi budaya baru yaitu PLNBB Terbaik, diharapkan PT PLN Batubara dapat unggul bersaing dan sukses.

Walapun sosialisasi berlangsung dengan virtual pada saat sedang pandemi covid-19 sebenarnya hal ini bertujuan untuk keberlanjutan bisnis perusahaan dan untuk menguatkan performance karyawan bukan hanya karyawan PT PLN Batubara namun juga performance anak perusahaan PT PLN Batubara yaitu PT PLN Batubara Investasi, PT PLN Batubara Niaga, dan PT Jambi Prima Coal, kelebihan dari sosialisasi yang dilakukan secara virtual adalah pesan yang disampaikan lebih detail dan efisien waktu dimana saat ini semua orang mempunyai gadget selain itu dapat menjangkau lebih luas sampai dengan anak perusahaan.

Keunggulan bersaing yang sudah dicapai suatu perusahaan harus dipertahankan, untuk menjadikan keunggulan bersaing tersebut menjadi keunggulan bersaing yang berkelanjutan (Sunyoto 2015:2). Membangun keunggulan harus memiliki kapasitas organisasinya harus kuat dengan budaya yang kuat selain itu budaya juga menjadi hasil performance baik karyawan maupun perusahaan. Dalam membangun keunggulan bersaing PT PLN Batubara melakukan sosialisasi budaya PLNBB Terbaik secara online atau virtual, dengan memanfaatkan teknologi yang ada. Lebih lanjut, Menurut Melewar bahwa Budaya perusahaan menjadi mekanisme interpretatif dan mendukung pendapat tentang perlunya manajemen untuk menyebarkan simbol budaya yang diperlukan untuk mendukung perkembangan organisasi. Dengan demikian PT PLN Batubara dalam membangun keunggulan dengan cara sosialisasi budaya PLNBB Terbaik dan target yang ingin dicapai yaitu keunggulan bersaing.

Menurut Berger dan Luckmann dalam teori konstruksi sosial terdapat tiga konsep yaitu:

1. Objektivasi adalah interaksi sosial dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusional.
2. Internalisasi adalah individu mengidentifikasi diri di tengah lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial di mana individu tersebut menjadi anggotanya.
3. Eksternalisasi adalah penyesuaian diri dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia (Berger & Luckmann, 1990:41).

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa bagaimana realitas budaya perusahaan itu disosialisasikan, tiga konsep dari Berger & Luckmann dalam penelitian ini yaitu:

- a. Objektivasi yaitu tentang simbol - simbol budaya perusahaan
- b. Internalisasi yaitu tentang sosialisasi budaya didalam sebuah perusahaan
- c. Eksternalisasi yaitu tentang bagaimana membuat perilaku yang dimunculkan dari ekspresi karyawan.

Teori konstruksi sosial dalam penelitian ini yang dimaksud kaitannya dengan konstruksi budaya yaitu bagaimana budaya perusahaan dapat diinteraksikan sehingga mengekspresikan perilaku dalam perusahaan.

Dengan demikian sosialisasi budaya PLNBB Terbaik di PT PLN Batubara terbagi dua yaitu :

- a. Sosialisasi virtual berbasis edukasi, merupakan sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan informasi pemahaman dan penerapan budaya PLNBB Terbaik seperti:

Sosialisasi budaya PLNBB Terbaik melalui TV Wall yang isinya tentang informasi tata nilai PLNBB Terbaik ditayangkan disetiap lantai ruangan kantor yang diharapkan karyawan setiap saat dapat melihat tayangan tersebut sehingga mudah diingat dan dapat diinternalisasikan dengan baik.

Sosialisasi budaya PLNBB Terbaik melalui media sosial seperti dishare setiap hari melalui WhatsApp Group dan Postingan di Instagram tentang transformasi dan tata nilai PLNBB Terbaik diharapkan kapan pun dan dimana pun dapat membaca dan memahami melalui gadget tentang budaya PLNBB Terbaik.

- b. Sosialisasi virtual berbasis kompetisi, merupakan sosialisasi yang bertujuan untuk mengajak karyawan proaktif dan berkontribusi secara individu maupun kelompok dengan antusias melaksanakan atau mengikuti program korporat seperti:

Sosialisasi budaya PLNBB Terbaik melalui kompetisi online yang isinya pertanyaan dan survey terkait tentang budaya PLNBB Terbaik yang dilaksanakan setiap 1 bulan sekali bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman karyawan terkait tata nilai budaya PLN Batubara terbaik dan memotivasi karyawan untuk mengetahui serta mempelajari tentang budaya PLNBB Terbaik yang dilakukan secara online melalui aplikasi dan yang juara akan mendapatkan hadiah menarik.

Sosialisasi budaya PLNBB Terbaik melalui team coal ranger bertugas untuk menjadi agen internalisasi nilai PLNBB Terbaik, menjadi katalisator transformasi budaya di PLN Batubara, menjadi role model dalam berperilaku sesuai dengan nilai PLNBB Terbaik, dan merancang serta melaksanakan project terkait corporate culture, mengikuti kompetisi jingle PLN Terbaik dan memperoleh juara pertama se PLN group.

Dari hasil penelitian bahwa sosialisasi virtual budaya PLNBB Terbaik yang mengarah pada keunggulan yang berkesinambungan yaitu sosialisasi yang berbasis kompetisi karena dilihat dari minat dan antusias karyawan dalam mengikuti kompetisi dengan adanya hadiah menarik serta metode yang dilakukan secara fun, sosialisasi seperti ini dapat terus dilanjutkan karena materi yang disampaikan dengan mudah dipahami dan diinternalisasikan sebagai pedoman dalam berperilaku bagi karyawan yang berintegritas serta senantiasa unggul dalam mengelola pekerjaan dan proses bisnis, sehingga menambah nilai dan mekanisme tata kelola perusahaan menjadi lebih baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di PT PLN Batubara tentang Sosialisasi Virtual Budaya Perusahaan Dalam Membangun Keunggulan Bersaing dapat diambil beberapa kesimpulan, kesimpulan tersebut dipaparkan sebagai berikut:

1. Motif budaya PLNBB Terbaik dalam membangun keunggulan bersaing yaitu karena budaya PLNBB Terbaik merupakan sebuah semangat baru yang dibentuk untuk memotivasi karyawan dan menjadi pedoman perilaku oleh seluruh karyawan dalam bekerja sehingga keunggulan bersaing itu mudah untuk didapatkan.
2. Makna dari budaya PLNBB Terbaik yaitu karyawan bisa membangun karakter diri yang lebih responsibility terhadap kedisiplinan proaktif secara individu atau kelompok melaksanakan program korporat dan senantiasa mengacu pada arah dan tujuan perusahaan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya sesuai konsep tata nilai PLNBB Terbaik 3P (Prinsip, Pikiran, dan Perbuatan).
3. Sosialisasi budaya PLNBB Terbaik terbagi dua yaitu pertama sosialisasi virtual berbasis edukasi, merupakan sosialisasi yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan informasi pemahaman dan penerapan budaya PLNBB Terbaik dan yang kedua sosialisasi virtual berbasis kompetisi, merupakan sosialisasi yang bertujuan untuk mengajak karyawan proaktif dan berkontribusi secara individu maupun kelompok dengan antusias

melaksanakan atau mengikuti program korporat. hal ini bertujuan untuk keberlanjutan bisnis perusahaan dan untuk menguatkan performance karyawan bukan hanya karyawan PT PLN Batubara namun juga performance anak perusahaan PT PLN Batubara.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan beberapa permasalahan yang belum terpecahkan, sehingga peneliti mengajukan beberapa saran. Saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Beberapa faktor kendala sosialisasi budaya perusahaan yang dilakukan secara virtual yaitu kurang optimalnya interaksi antar karyawan sehingga tidak mengetahui feed back secara langsung tentang penerapan budaya PLNBB Terbaik.
2. Penyampaian sosialisasi budaya perusahaan secara virtual tidak dapat diukur tentang seberapa efektif dan seberapa besar keterlibatan karyawan dalam mengikuti sosialisasi tersebut, selain itu dalam menyampaikan pesan melalui virtual yang perlu diperhatikan adalah sistem jaringan internet dipastikan harus bagus, supaya sosialisasi yang disampaikan dapat diterima secara utuh tidak terputus.
3. Hal yang perlu diperhatikan antara lain yaitu pesan yang disampaikan dijalankan secara berulang-ulang dengan metode yang fun dan cara-cara yang bervariasi sehingga tidak menimbulkan rasa membosankan pada karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*, Mata Padi Pressindo.
- Arifin, Zainal. 2012. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Edgar H. Schein. 2009, *The Corporate Culture Survival Guide*. Jossey Bass, San Francisco.
- Ganiem, Leila Mona, Kurnia Eddy. 2019. *Komunikasi Korporat*, Jakarta, Prenadamedia Group.
- Melewar, T.C. 2008. *Facets of Corporate identity, communications and reputation*. NewYork. Routledge.
- Peter L. Berger and Thomas Luckmann. 1991. *The Social Construction of Reality*. USA
- Peter L. Berger dan Thomas Luckmann. 2012. *Tafsir Sosial atas Kenyataan*. Jakarta. LP3ES.
- Pedoman Perilaku Perusahaan PT PLN Batubara*.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage)*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishig Service).
- Tika, Pabundu, Moh. 2012. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta. PT Bumi Aksara.

Jurnal

- J. B. PATNAIK. *Organizational Culture: The Key To Effective Leadership And WorkMotivation*. <https://www.scribd.com/> tahun 2011.
- Jinyoul Lee, Mike (Tae-In), Bonn-Oh Kim, Pairin Katerattanukul. *Virtual Organization: Resource-Based View*. <https://www.idea-group.com> tahun 2007.
- Suwardi, *Tantangan Budaya Organisasi Era Multi Informasi Pada Virtual Organization (Suatu Pandangan Studi Empiris)*. Universitas Muhammadiyah Semarang tahun 2016.
- Tina Melinda dan Zulkarnaian. *Budaya Perusahaan dan Persepsi Pengembangan Karir Pada Karyawan Yang Bekerja*. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. <https://jurnal.ugm.ac.id/> tahun 2004.