

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Proses Sosialisasi budaya Perusahaan pada Lembaga Media Massa" (Studi Deskriptif tentang Proses Sosialisasi Budaya Perusahaan dalam Peningkatan Kinerja Karyawan PT. Media Bernas Jogja). Penulis melakukan penelitian ini selama kurang lebih tiga bulan (Maret, April, Mei) dengan mengambil lokasi penelitian di PT. Media Bernas Jogja, jalan IKIP PGRI Sonosewu Yogyakarta.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana proses sosialisasi budaya perusahaan yang ada di PT. Media Bernas Jogja, serta bagaimana juga adaptasi dari karyawannya terhadap sosialisasi budaya perusahaan tersebut. Selain itu, penulis juga mencoba mencari tahu mengenai faktor-faktor yang mendukung atau menghambat kelancaran dari proses sosialisasi budaya perusahaan di PT. Media Bernas Jogja.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan studi deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai budaya perusahaan yang ada di PT. Media Bernas Jogja dan pelaksanaan upaya-upaya sosialisasi budaya perusahaan, beserta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat upaya sosialisasi budaya perusahaan tersebut. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara (*interview*), observasi, dan studi dokumentasi. Sedangkan analisa data dilakukan secara kualitatif, karena data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Teknik *purposive sampling* lebih dipilih penulis, karena siapa saja yang akan diambil sebagai anggota sampel diserahkan pada pertimbangan pengumpul data yang sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian. Dalam pemeriksaan keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi sumber, dengan membandingkan atau meng-ecek jawaban dari satu orang sumber data dengan sumber data yang lainnya. Sumber data untuk penelitian ini adalah informan, yaitu orang dalam pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.

Hasil dari penelitian ini didasarkan pada semua data yang telah dikumpulkan dan dianalisis penulis dengan menggunakan teori-teori budaya perusahaan, sehingga dapat diketahui dengan jelas perbedaan antara data *real* yang ada di lapangan dengan teori-teori yang memuatnya.