

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi strategi komunikasi budaya organisasi kepada pemangku kepentingan internal khususnya karyawan untuk memperkuat kinerja organisasi di PT. Gramedia Asri Media. Studi ini berfokus pada penerapan nilai 5C (Caring, Credible, Competent, Competitive, Customer Delight) yang diidentifikasi melalui paradigma konstruktivisme dengan metode studi kasus, dalam hal ini pendekatan yang digunakan dengan deskriptif kualitatif. Data lapangan dikumpulkan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi dari karyawan Gramedia di Jakarta Pusat. Didapatkan hasil yang menunjukkan bahwasanya budaya organisasi Gramedia terbentuk dari pendiri (nilai 5C) serta persepsi bersama dari karyawan (nuansa kekeluargaan) yang kuat. Strategi komunikasi budaya organisasi dianalisis melalui tiga fase sosialisasi menurut Robbins dan Judge (2013): prakedatangan, perjumpaan, dan metamorfosis. Setiap fase melibatkan komunikator yang berbeda, pesan, dan media komunikasi spesifik. Pada fase prakedatangan, departemen sumber daya manusia menggunakan media sosial dan platform online untuk mengenalkan nilai-nilai organisasi. Fase perjumpaan memperdalam pengenalan budaya melalui interaksi langsung dengan atasan dan rekan kerja. Pada fase metamorfosis, penguatan nilai-nilai dilakukan melalui kegiatan yang mempererat hubungan antar karyawan dan manajemen. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi budaya organisasi yang efektif berkontribusi berpengaruh terhadap kinerja organisasi, menekankan pentingnya strategi komunikasi yang tepat dalam menanamkan nilai-nilai budaya kepada seluruh karyawan.

**Kata Kunci:** budaya organisasi, komunikasi budaya organisasi, fase sosialisasi, kinerja organisasi, PT. Gramedia Asri Media.

## ABSTRACT

*This research aims to explore organizational culture communication strategies to internal stakeholders specifically employee to strengthen organizational performance at PT. Gramedia Asri Media. This research centers on implementing the 5C values (Caring, Credible, Competent, Competitive, Customer Delight) identified through the constructivism paradigm with the case study method, in this case the qualitative descriptive approach is used. Field data was collected through observation, interviews and documentation from Gramedia employees in Central Jakarta. The research results show that Gramedia's organizational culture is formed from the influence of the founder and the shared perceptions of employees, with a strong work-family culture. Organizational culture communication strategies are analyzed through three phases of socialization according to Robbins and Judge (2013): pre-arrival, encounter, and metamorphosis. Each phase involves different communicators, messages, and specific communication media. In the pre-arrival phase, the human resources department uses social media and online platforms to introduce organizational values. The encounter phase deepens cultural recognition through direct interaction with superiors and co-workers. In the metamorphosis phase, values are strengthened through activities that strengthen relationships between employees and management. It can be concluded that effective organizational culture communication contributes to organizational performance, emphasizing the importance of appropriate communication strategies in instilling cultural values to all employees.*

**Keywords:** *organizational culture, organizational culture communication, socialization phase, organizational performance, PT. Gramedia Asri Media.*