

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi *Public Relations*

Fitri Kurniaty

Corporate Culture* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam Upaya Meraih *World Class University

Tahun Skripsi: 2016 + xii + 139 halaman + 4 lampiran + 7 gambar

Daftar Kepustakaan: 15 Buku + 4 Jurnal Online + 2 Dokumen + 2

Sumber Internet

Penelitian ini meneliti tentang implementasi *core values* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam meraih tujuannya menjadi *World Class University*. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengkaji *corporate culture* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dari sisi *core values* atau nilai-nilai inti budaya UMY. 2) mengetahui praktik implementasi nilai-nilai inti budaya perusahaan oleh seluruh sivitas akademi UMY. 3) menelaah kesiapan sivitas akademika UMY dalam meraih *World Class University* dari segi pelaksanaan budaya organisasi khususnya implementasi *values*. Kerangka teori dan konsep yang digunakan yaitu tentang budaya organisasi, nilai-nilai inti suatu budaya, dan implementasi nilai-nilai organisasi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan jenis penelitian deskriptif. Lokasi penelitian ini ialah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Sumber data penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan informan, studi pustaka, dan dokumentasi. Untuk menguji validitas data menggunakan triangulasi sumber yaitu membandingkan data hasil wawancara informan dengan dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi nilai-nilai UMY oleh seluruh sivitas akademik belum sepenuhnya optimal, wadah komunikasi organisasi yang digunakan belum efektif sehingga belum menjangkau seluruh karyawan. Serta komunikasi *bottom up* dan sebaliknya juga belum dijalankan secara optimal antara pihak manajemen dan karyawan. Dengan berbagai program dan kegiatan yang dijalani UMY dinilai siap dalam menghadapi tantangan global dan bersaing di dunia internasional dengan lebih mengoptimalkan berbagai sumber daya dan implementasi *core values*.

Kata Kunci: *Corporate Culture*, Implementasi, Nilai-Nilai Dasar, Komunikasi Organisasi, *World Class University*

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Social and Politic Sciences Faculty

Communications Science Department

Public Relations

Fitri Kurniaty

Corporate Culture of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta to Achieve World Class University

Batch: 2016 + xii + 137 pages + 4 attachments + 7 pictures

Bibliography: 15 Books + 4 Online Journals + 2 Documents + 2 Internet Sources

This study examines the implementation of the core values of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta to achieve its goal to become a World Class University. The purpose of this study are 1) to review the corporate culture of Universitas Muhammadiyah Yogyakarta's core values. 2) knowing the implementation of corporate culture values by the entire academicians of UMY. 3) examine the preparedness of academicians in UMY to achieve World Class University. Theoretical framework and concepts used are about organizational culture, core values of a culture, the implementation of the organization's values, the character of the company, and the internationalization of higher education in Indonesia.

The method used is qualitative method with case study approach and descriptive type of research. The location of this research is at the University of Muhammadiyah Yogyakarta. Source of research data is derived from interviews with informants, literature study, documentation and observation. To test the validity of the data using triangulation sources that compare the observations with informant interviews, data and documents related to the study.

The results of this study indicate that the implementation of the core values of UMY by all academic of faculty yet has not be done maximally. Organizational communication media used has not been effective so not to reach all employees as well as the up and down communication has not run optimally between management and employees. With the variety of programs and activities undertaken, UMY judged to be ready in facing the global challenges and compete internationally by optimizing all the resources and the implementation of core values.

Key Words: Corporate Culture, Implementation, Core Values, Organizational Communication, World Class University