

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Budaya organisasi merupakan salah satu kekuatan organisasi yang tidak tampak dan mampu menggerakkan anggota-anggotanya untuk melakukan aktivitas kerja. Saat ini, budaya organisasi menjadi hal yang penting untuk diperkuat agar nilai-nilai budaya organisasi tersebut tidak hanya menjadi sebatas konsep namun juga menjadi nilai yang membawa manfaat positif bagi perusahaan guna memaksimalkan potensi dan performa perusahaan. Dengan demikian, setiap karyawan mampu memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai budaya organisasi tersebut, sehingga menjadi bagian organisasi secara utuh dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang ditanamkannya pada budaya organisasinya.

Untuk menggapai tujuan perusahaan tersebut, tentu terdapat visi misi dan nilai-nilai yang dijunjung sebagai pedoman atau acuan perusahaan. Nilai-nilai itu juga disebut dengan budaya organisasi (*organization culture*) yang pada akhirnya menjadi ciri khas suatu perusahaan dan pembeda dari perusahaan lainnya. Robbins (1999) yang dikutip oleh E.Sutrisno dalam bukunya yang berjudul *Budaya Organisasi* (2018:16) menjelaskan budaya organisasi sebagai suatu komposisi pada organisasi yang nilainya dijunjung bersama dalam menentukan tingkatan bagaimana cara anggota organisasinya melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan. Tidak hanya itu, budaya organisasi juga memuat keseluruhan simbol

(tindakan, rutinitas, percakapan) yang memiliki makna khusus bagi seluruh anggota organisasinya.

Esensi budaya yang dimaksud pada budaya organisasi bukan berarti mengenai suku, etnis, ras, dll tetapi hal ini seperti yang diungkapkan Pacanowsky dan Trujillo mengacu pada hal hal yang berkaitan dengan cara hidup dalam berorganisasi (*a way of living*). Termasuk ke dalam budaya organisasi adalah iklim atau atmosfer emosi dan psikologis yang mencakup moral, sikap dan tingkat produktivitas karyawan atau anggota organisasi bersangkutan. Melalui sifat-sifat tersebut kita juga dapat mengetahui bagaimana karakter dari sebuah organisasi.

Budaya organisasi merupakan salah satu produk dari komunikasi organisasi. Sebagai sebuah pendekatan teoritis dalam komunikasi, budaya organisasi memusatkan perhatiannya pada model transmisi komunikasi untuk mengkaji bagaimana hubungan, budaya, dan organisasi dibentuk melalui komunikasi.

Budaya organisasi adalah kajian yang termasuk pada konteks komunikasi organisasi. Dikutip dari jurnal penelitian terdahulu tentang komunikasi organisasi karya Maria Therese Jensen dengan judul *Organizational Communication A Review* mengatakan bahwa terdapat tiga kajian komunikasi organisasi yaitu struktur, konteks dan isi. Struktur mengacu kepada elemen-elemen yang membangun kehidupan organisasi, sedangkan konteks mengacu kepada kerangka yang mencakup perilaku dan aspek struktural organisasi, yang keduanya dimaksud dengan lingkungan organisasi. Bagian yang ketiga adalah proses yang melihat lingkungan dan faktor-faktor struktur organisasi yang memberikan dampak atau

yang diciptakan oleh komunikasi. Dari ketiga bidang kajian komunikasi organisasi itu jika dikategorikan, budaya organisasi termasuk pada kategori konteks karena merujuk pada pembahasan perilaku dan struktural organisasi.

Budaya organisasi pada perusahaan tentu perlu dilaksanakan dan diterima oleh seluruh anggota organisasinya, untuk itu internalisasi budaya organisasi perlu dilakukan, mengutip pernyataan Rohmat Mulyana (2011) internalisasi ialah proses bersatunya nilai dalam diri seseorang. Dimana pada pelaksanaan internalisasi tersebut komunikasi berperan penting, dimana komunikasi yang dijalin perlu dilakukan secara intens dan konsisten sehingga anggota organisasi dapat dengan optimal memahami nilai-nilai dan pesan yang disampaikan perusahaan.

Internalisasi memiliki hubungan yang erat dengan komunikasi. Internalisasi budaya dalam suatu organisasi, membutuhkan suatu komunikasi yang baik agar pesan-pesan yang disampaikan dari tingkat teratas dapat diterima dengan baik oleh seluruh anggota organisasi. Dalam prosesnya komunikasi berperan penting dalam penerapan budaya organisasi tersebut, karena perusahaan perlu mengkomunikasikan nilai-nilai budaya organisasinya dengan memberikan informasi yang tepat sehingga karyawan memiliki pemahaman yang baik dan sesuai mengenai budaya perusahaannya. Dimana perusahaan bertindak sebagai komunikator dan mediator untuk menentukan keberhasilan komunikasi dalam organisasi tersebut.

Komunikasi tentu juga dapat mempermudah internalisasi budaya organisasi, karena dengan adanya komunikasi yang optimal (dilakukan secara konsisten dan

bisa dimengerti dengan jelas), maka anggota akan memiliki kesadaran yang tinggi terhadap budaya yang ada di dalam organisasi.

Budaya organisasi suatu perusahaan biasanya merupakan nilai representasi dari visi dan misi perusahaan itu sendiri, misalnya seperti pada perusahaan *Ethica Fashion and Friends* Bandung yang merupakan perusahaan pakaian muslim yang berdiri sejak tahun 2012 dengan visinya yakni “Menjadi perusahaan *fashion* terdepan dengan nilai spiritual berskala global”. *Ethica Fashion and Friends* berusaha mewujudkan visi tersebut dengan dukungan budayanya dengan *tagline* yakni *Enthusiasm, Team Work, High Performance, Integrity, Creativity, Spiritual*.

Seperti yang disebutkan sebelumnya bahwa untuk menginternalisasikan budaya organisasi pada karyawan, perlu dibangunnya komunikasi yang konsisten agar pesan atau nilai-nilai budaya organisasi tersebut dapat tersampaikan dengan optimal sehingga karyawan dapat benar-benar memahami dan meresapi setiap nilai-nilai budaya perusahaan tersebut. *Ethica Fashion and Friends* Bandung berupaya menanamkan dan mengimplementasikan nilai-nilai budaya organisasi tersebut secara konsisten, salah satunya melalui kegiatan *Morning of Spirit* yakni kegiatan rutin setiap hari Senin yang diadakan oleh *Ethica Fashion and Friends* bagi seluruh karyawannya mulai dari jajaran pimpinan hingga staffnya. Berdasarkan wawancara pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mewawancarai Mutmainah selaku *Human Resource Development (HRD)* *Ethica Fashion and Friends* Bandung menjelaskan bahwa :

“Kegiatan *Morning of Spirit* adalah salah satu kegiatan yang mengemas ke enam point budaya organisasi kami menjadi satu kesatuan, kegiatan ini diwajibkan agar seluruh karyawan Ethica, khususnya di sekitar kantor pusat Bandung, agar setiap Sumber Daya Manusia kita memiliki ke enam budaya organisasi tersebut” (Ai Mutmainah, 19 Desember 2019)

Ethica *Fashion and Friends* Bandung percaya bahwa nilai-nilai budaya organisasi merupakan hal penting yang perlu secara serius ditanamkan dan dikomunikasikan pada seluruh karyawan. Keseriusan Ethica *Fashion and Friends* Bandung dalam menginternalisasi nilai-nilai budaya organisasinya juga terlihat dari bagaimana Ethica tetap berupaya melaksanakan kegiatan *morning of spirit* meskipun di tengah situasi pandemi Covid-19 yang membatasi kegiatan dengan melibatkan orang banyak, sehingga solusinya Ethica melaksanakan kegiatan *morning of spirit* secara daring melalui aplikasi *video conference*.

Selain itu, yang membedakan budaya organisasi Ethica *Fashion and Friends* dengan budaya organisasi lainnya dapat dilihat dari pengimplementasiannya yang dilakukan secara rutin dan konsisten dengan waktu yang lebih intensif yakni seminggu sekali setiap hari Senin. Meskipun selama masa pandemi Covid-19 ada sedikit perubahan pada pelaksanaannya dimana selama kegiatan *morning of spirit* hanya dilaksanakan satu bulan sekali tepatnya pada minggu pertama di bulan tersebut.

Dengan dilaksanakannya kegiatan *morning of spirit* sebagai salah satu bentuk internalisasi budaya organisasi Ethica *Fashion and Friends* Bandung diharapkan kegiatan ini mampu memberikan motivasi karyawan dalam bekerja. Hal ini seperti yang diungkapkan Mutmainah selaku tim HRD Ethica yang bertanggung

jawab dalam pelaksanaan kegiatan *morning of spirit* pada peneliti saat wawancara pra penelitian:

“Kegiatan ini berawal dari keinginan owner perusahaan yang ingin membangkitkan semangat seluruh karyawannya dalam bekerja. Baik dari level direktur, manager, supervisor, staff maupun harian lepas. Sehingga munculah inisiatif untuk melakukan kegiatan rutin di senin pagi sebelum memulai bekerja. Dinamakan *morning of spirit* karena pada dasarnya kegiatan ini bertujuan untuk memotivasi karyawan dalam bekerja. Sehingga akan mencapai hasil yang memuaskan, baik dari segi pengelolaan operasional, produksi dan pemasaran.” (Mutmainah, 19 Desember 2019)

Motivasi kerja karyawan tentu sangat penting guna menjaga keberlangsungan suatu organisasi, menurut G. R. Terry (Hasibuan, 2003: 145), motivasi kerja dapat diartikan sebagai suatu usaha positif dalam menggerakkan, mengerahkan, dan mengarahkan daya serta potensi diri dalam bekerja agar secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan.

Dari hasil riset yang diselenggarakan oleh para konsultan McKinsey & CO dalam Anonius&Antonia (2006:325) untuk membantu strategi perusahaan menarik dan mempertahankan para karyawan berbakat, McKinsey bertanya kepada eksekutif puncak apa yang telah memotivasi karyawan mereka yang berbakat, Berikut ini cuplikan presentase di antara 200 eksekutif puncak mengenai peringkat faktor esensial (untuk memotivasi karyawan berbakat) :

**Tabel 1.1**

**Peringkat Faktor Esensial Untuk Memotivasi Karyawan**

No.	Faktor	Persentase
1.	Nilai-nilai budaya	58%
2.	Kebebasan otonomi	56%

3.	Tugas mengandung tantangan-tantangan yang menggairahkan	51%
4.	Dikeola dengan baik	50%
5.	Kompensasi keseluruhan yang tinggi	23%
6.	Misi yang mengilhami	16%

Sumber: *Antonius&Antonina 2006*

Hasil riset di atas menunjukkan bahwa nilai-nilai dalam budaya organisasi sangat mempengaruhi motivasi anggota organisasi dalam bekerja (Antonius&Antonina:2006). Selain itu, hal ini juga didukung oleh pernyataan Kotter dan Heskett (1997:18) yang mengatakan bahwa budaya organisasi yang kuat dapat membantu kinerja bisnis karena menciptakan suatu tingkat motivasi yang luar biasa dalam diri karyawan

Pentingnya budaya organisasi dalam memberikan dan menumbuhkan motivasi kerja karyawan tidak begitu banyak disadari oleh perusahaan, padahal jika kita perhatikan lebih dalam budaya organisasi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi motivasi kerja karyawan, bagaimana tidak budaya organisasi merupakan hal yang dapat secara langsung dirasakan oleh karyawan dan dijalani selama ia bekerja di perusahaan tersebut.

Melihat keseriusan dan konsistensi *Ethica Fashion and Friends* Bandung dalam menginternalisasi nilai-nilai budaya organisasi pada kegiatan *morning of spirit* dan memberi motivasi kerja bagi para karyawannya peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai pelaksanaan kegiatan *morning of spirit* tersebut dan

bagaimana implementasi budaya organisasi *Ethica Fashion and Friends* diterapkan dalam kegiatan tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka peneliti membuat satu rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu **“Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Pada Kegiatan *Morning of Spirit* (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan)**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah melalui pernyataan makro dan mikro

### **1.2.1 Rumusan Masalah Makro**

Bagaimana Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan?

### **1.2.2 Rumusan Masalah Mikro**

1. Bagaimana **Pemahaman Nilai-Nilai** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan?
2. Bagaimana **Interpretasi Simbol** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan?

3. Bagaimana **Interpretasi Tindakan** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan?

### **1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang telah dirumuskan oleh peneliti mengenai Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan sebagai berikut :

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis, menjawab, dan menguraikan mengenai Bagaimana Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawannya Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan

#### **1.3.2 Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian tentunya memiliki tujuan, dimana tujuan dari penyusunan skripsi yang dilakukan akan dijelaskan seperti yang tertera di bawah ini, diantaranya:

1. Untuk mengetahui **Pemahaman Nilai-Nilai** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan

2. Untuk mengetahui **Interpretasi Simbol** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan
3. Untuk mengetahui **Interpretasi Tindakan** Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* Bandung Pada Kegiatan *Morning of Spirit* Dalam Memberikan Motivasi Kerja Karyawan

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sesuai dengan tujuan penelitian diatas. Adapun kegunaan penelitian baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

##### **1.4.1 Kegunaan Penelitian Teoritis**

Kegunaan secara teoritis dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat, menambah dan sebagai sarana untuk mengembangkan keilmuan terutama ilmu komunikasi.

##### **1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis**

Adapun hasil penelitian secara praktis, diharapkan dapat berguna bagi:

1. Peneliti

Penelitian ini merupakan sebuah aplikasi ilmu yang selama studi diterima secara teori dan diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti dalam mengembangkan keilmuan yang umumnya berhubungan dengan ilmu komunikasi khususnya konteks komunikasi organisasi.

## 2. Akademik

Penelitian ini secara praktis berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM) secara umum, dan mahasiswa Ilmu Komunikasi konsentrasi Hubungan Masyarakat secara khusus sebagai literatur, referensi, informasi dan evaluasi terutama untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama yakni komunikasi organisasi khususnya mengenai budaya organisasi.

## 3. *Ethica Fashion and Friends* Bandung

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengambil kebijakan di masa yang akan datang. Selain itu, penelitian ini diharapkan sebagai bahan evaluasi untuk *Ethica Fashion and Friends* sehubungan dengan Internalisasi Budaya Organisasi *Ethica Fashion and Friends* pada kegiatan *Morning of Spirit* dalam memberikan motivasi kerja karyawannya sehingga kegiatan dapat dilakukan dengan lebih maksimal