



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Organisasi merupakan tempat dimana manusia saling bersosialisasi, bertukar pikiran dan bekerja sama. Organisasi menurut Robbins (2001, p.4) sebuah unit sosial yang secara sadar dilakukan dan dikoordinasikan oleh anggota organisasi, yang secara terus menerus memiliki fungsi dasar untuk mencapai tujuan organisasi. Di dalam sebuah organisasi, bekerjasama merupakan aktivitas penting yang dipraktikkan oleh individu-individu untuk meraih tujuan organisasi. Dalam proses kerjasama, tentu saja ada peran komunikasi organisasi yang tentu saja dilakukan oleh setiap individu di dalam organisasi.

Komunikasi di dalam organisasi dapat diartikan sebuah proses mengirim dan menerima beragam jenis pesan organisasi di dalam kelompok baik itu formal atau informal (Wiryanto, 2005 dikutip dalam Romli, 2011, p.2). Komunikasi formal yang dimaksud adalah komunikasi yang berorientasi pada kepentingan organisasi seperti cara kerja, produktivitas kerja, dan beragam tugas yang harus dikerjakan.

Sebaliknya, komunikasi non formal lebih berorientasi pada anggota organisasi secara individual.

Sumber daya manusia merupakan sumber keunggulan dari organisasi yang merupakan faktor terpenting dalam menggapai tujuan

dan keberhasilan organisasi (Agung, 2016, p.2). Sebaik apapun sebuah organisasi, namun jika tidak ada sumber daya manusia yang berperan untuk mendukung hal-hal terkait organisasi, maka hal tersebut tersebut akan gagal. Sumber daya lain tidak akan berjalan jika tidak adanya motor penggerak dari sumber daya manusia. Kualitas dari sumber daya manusia dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi. Menurut Wahyuni (2015, p.101) sebuah organisasi memiliki aset yang paling penting dalam keberhasilan membangun budaya organisasi yaitu anggotanya itu sendiri. Oleh karena itu, sumber daya manusia menjadi penentu tujuan organisasi dapat tercapai atau tidak.

Dewasa ini, dalam menghadapi perubahan zaman, budaya organisasi *modern* dituntut untuk menjadi sebuah landasan yang dapat diterapkan di perusahaan. Hal ini juga bertujuan untuk memperoleh sumber daya manusia yang baik agar dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan. Sehingga perlu penguatan dari organisasi untuk membuat individu di dalam organisasi merasa bahwa budaya organisasi merupakan aset yang paling berharga dan memiliki kemampuan beradaptasi yang mudah (Wahyuni, 2015, p.97).

Menurut Pacanowsky dan O'Donnell Trujillo (1982 dikutip dalam Turner, 2007, p.300) budaya merupakan cara hidup anggota organisasi di dalam sebuah organisasi dan merupakan esensi dari kehidupan organisasi. Budaya organisasi dapat berupa simbol-simbol seperti cara berperilaku, rutinitas di didalam organisasi, cara dan alur komunikasi

antar sesama anggota serta pemberian makna pada simbol-simbol budaya tersebut. Efektif atau tidaknya bergantung pada bagaimana anggota organisasi mempraktikannya (Turner, 2008, p.320).

Budaya organisasi dapat menciptakan komitmen perusahaan dan meningkatkan konsistensi sikap karyawan. Budaya organisasi bertujuan untuk memberi tahu karyawan mengenai suatu tugas untuk dilaksanakan dan hal-hal seperti apa saja yang penting. Budaya organisasi akan mengatur dan mengikat karyawan dalam suatu perusahaan dalam bertindak dan bertingkah laku. Menurut Robbins (2002, p. 278), budaya organisasi mirip dengan budaya milik suku-suku dimana mempunyai sebuah larangan untuk mengatur dan membatasi anggota suku dalam bertindak, baik itu sesama suku, dan diluar suku tersebut.

Salah satu faktor yang membangun budaya organisasi adalah performa komunikatif. Performa berkaitan dengan perilaku anggota organisasi untuk menganalisa bagaimana orang tersebut dapat menjalankan tugasnya disuatu organisasi. Dalam sebuah perusahaan, tentu saja memiliki performa komunikatif yang berbeda dikarenakan ciri khas budaya dari perusahaan tersebut. Perbedaan performa komunikatif tersebut yang akan membawa warna terhadap budaya organisasi.

Untuk mengoptimalkan sumber daya manusia dalam pencapaian tujuan organisasi, tidak hanya dibutuhkan budaya organisasi saja

namun membutuhkan motivasi kerja karyawan. Motivasi merupakan suatu hasrat kesediaan karyawan untuk memaksimalkan upaya terbesar yang dimiliki untuk meraih target ataupun tujuan organisasi yang (Robbin, 2003, p.208). Motivasi merupakan sesuatu yang esensial yang dapat mempengaruhi kinerja pegawai yang nanti pada akhirnya akan menjadi suatu faktor untuk menentukan terwujud atau tidaknya tujuan organisasi.

Menurut survey mengenai motivasi kerja karyawan yang dilakukan oleh lembaga riset internasional yaitu Gallup Worldwide, hasilnya menunjukkan hanya 8% karyawan yang benar-benar memiliki komitmen, motivasi serta *engagement* dengan pekerjaannya. Sisanya yaitu 92% hanya melakukan pekerjaan dengan seadanya, tidak adanya hasrat motivasi kerja yang kuat (Yodhia, 2015). Motivasi kerja dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti lingkungan kerja yang tidak nyaman, alur komunikasi antara karyawan dan pimpinan tidak baik, komunikasi tidak transparan, dan kurangnya reward dari perusahaan. Faktor-faktor tersebut dapat di perhatikan melalui komunikasi organisasi dan budaya dari perusahaan tersebut.

Mirum Digital Agency didirikan pada tahun 2008 dan dikenal sebagai Grup Magnivate. Pada tahun 2012, XM Asia - bagian dari WPP, perusahaan periklanan & media terbesar di dunia yang memiliki saham di Magnivate, dan Mirum mengubah nama Mereka menjadi XM Gravity. Pada tahun 2015, J. Walter Thompson Company

mengumumkan bahwa mereka telah menggabungkan sebelas agensi digitalnya di 17 negara menjadi satu kesatuan dengan nama Mirum, termasuk Gravity XM yang sekarang dinamai Mirum Digital Agency Jakarta. Dengan anggota kurang lebih 150 anggota dengan latar belakang *Public relations, strategist, dan digital marketing expert* Mirum Digital Agency memiliki *service* seputar media sosial, strategi, kreatif, media, analis, UX, dan teknologi. Mirum telah mendapatkan banyak prestasi, salah satunya berhasil memenangkan sebuah penghargaan sebagai “*Digital Agency Of The Year 2017*” di ajang Citra Pariwara (Mustaqim, 2017).

Mirum telah berdiri selama 10 tahun, tentu saja Mirum telah membangun performa komunikatif budaya organisasi dan visi misi yang jelas sebagai perusahaan yang bergerak di bidang agensi periklanan. Mirum tentu saja memiliki budaya organisasi yang telah dibangun selama 10 tahun ini. Mirum banyak mengkomunikasikan budaya tersebut dengan cara mengadakan beberapa kegiatan internal seperti #MirumNobar, #MirumTancep, #Fridayous, #MirumSport, #MirumTalks, #MirumB'days, #Mirumarts, yang mana semua hal tersebut adalah berorientasi kepada anggota organisasi (*people-oriented*). Mirum berharap semua kegiatan yang diupayakan dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan dan membuat mereka merasa nyaman berada di kantor. Motivasi kerja yang baik membawa kepada loyalitas tinggi karyawan terhadap perusahaan dan tentu saja akan

menghasilkan prestasi kerja yang membanggakan pada akhirnya.

Sebagai perusahaan agensi yang kreatif, Mirum telah melakukan banyak upaya dalam pembentukan budaya organisasi di dalam perusahaan, namun faktanya masih terdapat masalah di bagian internal yaitu masalah pada karyawan Mirum. Masalah- masalah yang sering terjadi adalah keterlambatan, banyak karyawan yang lupa absen, serta *turn over* yang tinggi. Berdasarkan data yang didapat pada tahun 2017 melalui data internal dari *Human Resource* Mirum, terdapat data bahwa Mirum Digital Agency kehilangan dan merekrut 45 anggota perusahaan baru dari total 150 karyawan.

Berdasarkan manfaat dari budaya organisasi dengan melihat performa komunikatif yang dilakukan oleh organisasi, menjadikan peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana performa komunikatif budaya organisasi diterapkan di Mirum Digital Agency. Selain itu, peneliti menjadi tertarik untuk mengetahui apakah performa komunikatif tersebut dapat mempengaruhi motivasi kerja karyawannya atau tidak.

## **12 Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah pokok yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu sebagai berikut:

1.2.1 Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara performa komunikatif budaya organisasi di Mirum Digital Agency terhadap motivasi kerja karyawan?

1.2.2 Seberapa besar pengaruh performa komunikatif budaya organisasi di Mirum Digital Agency Jakarta?

1.2.3 Berapa prediksi pengaruh performa komunikatif budaya organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di Mirum Digital Agency?

### **13 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti merumuskan tujuan penelitian ini untuk:

1.3.1 Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh performa komunikatif budaya organisasi di Mirum Digital Agency terhadap motivasi kerja karyawan di Mirum Digital Agency.

1.3.2 Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara performa komunikatif budaya organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di Mirum Digital Agency.

1.3.3 Untuk memprediksi pengaruh variabel performa komunikatif budaya organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di Mirum Digital Agency.

### **14 Kegunaan Penelitian**

1.4.1 Kegunaan Akademis:

Penelitian ini diharap dapat memberikan kontribusi bagi



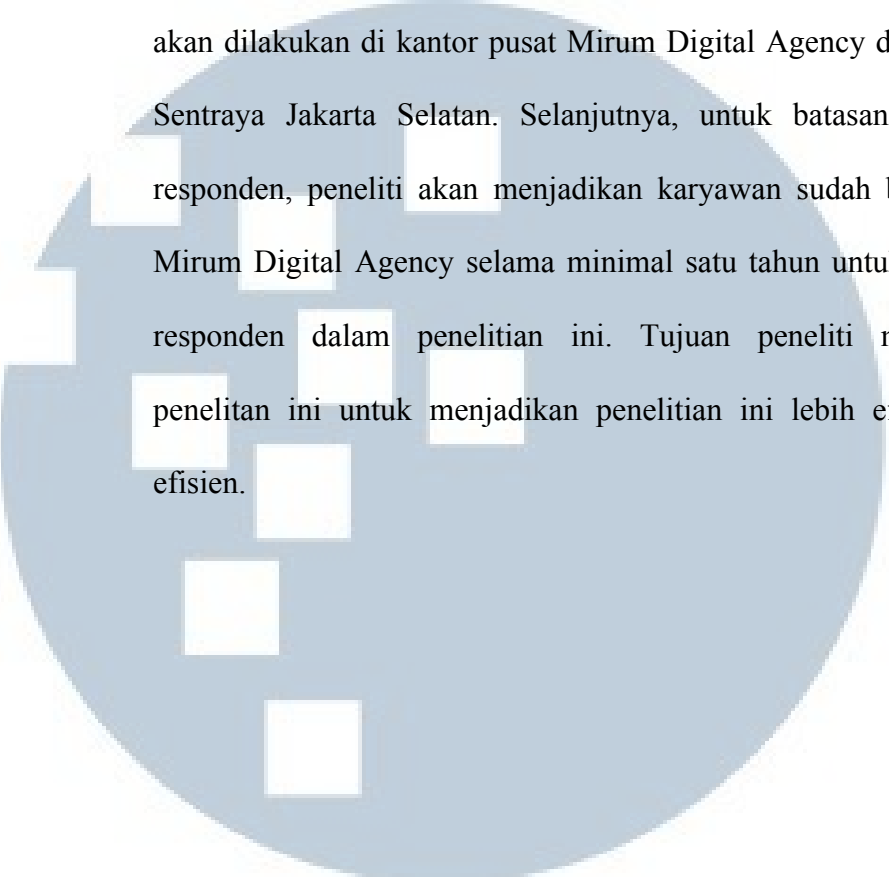
pengembangan Ilmu Komunikasi yaitu performa komunikatif budaya organisasi, yang merupakan bagian dari komunikasi organisasi. Kemudian, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi untuk memperkaya penelitian di Universitas Multimedia Nusantara mengenai komunikasi internal di dalam perusahaan. Di samping itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membuka wawasan dan pengetahuan baru bagi pembacanya mengenai komunikasi internal perusahaan khususnya pada budaya organisasi.

#### 1.4.2 Kegunaan Praktis:

Penelitian ini dapat menjadi tolak ukur dalam membangun komunikasi internal yang lebih baik lagi oleh manajemen dari Mirum Digital Agency, membantu dalam melihat realita dari apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh karyawan dan menjadikan penelitian ini sebagai review dari hasil budaya organisasi yang telah dibangun selama ini apakah sudah baik atau perlu adanya perubahan dan perkembangan lagi.

#### 1.4.3 Keterbatasan Penelitian:

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, penulis akan membatasi pencarian data dan pembahasannya. Batasan permasalahannya adalah pengaruh performa komunikatif dari budaya organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di Mirum Digital Agency Jakarta. Untuk batasan geografis, penelitian ini



akan dilakukan di kantor pusat Mirum Digital Agency di Menara Sentraya Jakarta Selatan. Selanjutnya, untuk batasan terhadap responden, peneliti akan menjadikan karyawan sudah bekerja di Mirum Digital Agency selama minimal satu tahun untuk menjadi responden dalam penelitian ini. Tujuan peneliti membatasi penelitian ini untuk menjadikan penelitian ini lebih efektif dan efisien.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA