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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap organisasi didirikan dengan visi dan misi organisasi yang kemudian dijabarkan dalam strategi jangka panjang dan strategi jangka pendek organisasi. Keberhasilan organisasi, tidak hanya ditentukan dari visi dan misi serta strategi organisasi untuk mencapai tujuan mereka. Sumber daya manusia atau karyawan organisasi juga turut memegang peranan penting dalam mencapai visi dan misi organisasi. Karyawan organisasi berperan untuk mendukung visi dan misi organisasi. Hal ini dilakukan dengan memberikan kesamaan pandangan terhdap visi dan misi organisasi, memiliki semangat kerja yang tinggi, serta berperilaku sesuai dengan yang diharapkan organisasi agar yang apa dicita-citakan oleh ogranisasi dapat tercapai.

Budaya organisasi merupakan langkah awal yang diciptakan untuk berusaha membimbing, mengarahkan, dan memberikan acuan mengenai tingkah laku yang suportif kepada karyawan organisasi untuk dapat mencapai cita-cita organisasi. Budaya organisasi dapat dikomunikasikan melalui logo, warna, tipe huruf pada logo, seragam, slogan, dan simbol organisasi. Budaya organisasi juga tercermin melalui cara berinteraksi antar karyawan, cara saling menyapa,

serta cara karyawan menghadapi permasalahan internal maupun eksternal organisasi, dan hal lainnya yang disepakati menjadi budaya sebuah organisasi.

Menurut Munandar (2006:262), budaya organisasi terdiri dari asumsi-asumsi dasar yang dipelajari baik sebagai hasil memecahkan masalah yang timbul dalam proses penyesuaian dengan lingkungannya, maupun sebagai hasil memecahkan masalah yang timbul dari dalam organisasi. Selanjutnya menurut Umar (2010:207), budaya organisasi adalah suatu sistem nilai dan keyakinan bersama yang diambil dari pola kebiasaan dan falsafah dasar pendirinya yang kemudian berinteraksi menjadi norma-norma, di mana norma tersebut dipakai sebagai cara berpikir dan bertindak dalam upaya mencapai tujuan bersama.

Kedua pengertian tersebut menunjukkan bahwa budaya organisasi mampu menjadi pedoman bagi karyawan dalam berperilaku. Perilaku karyawan dalam kehidupan sehari-hari di perusahaan bisa meliputi cara mereka dalam meyelesaikan pekerjaan, bagaimana mereka bergaul dengan sesama rekan kerja, cara mereka menghormati sesama rekan kerja, cara mereka dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi dalam organisasi. Perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan dalam organisasi merupakan cerminan dari budaya organisasi yang ditanamkan oleh perusahaan kepada karyawannya.

Organisasi pada dasarnya membangun dan menanamkan budaya organisasi kepada karyawannya agar setiap perilaku karyawan mampu memberikan sebuah kontribusi yang positif terhadap kemajuan organisasi, dan pada akhirnya organisasi mampu mencapai tujuannya. Oleh karena itu, pemaknaan yang diberikan oleh karyawan terhadap budaya organisasi menjadi hal yang sangat penting. Melalui pemaknaan terhadap budaya organisasi,

karyawan mampu memahami apa yang sebenarnya dicita-citakan oleh organisasi, dan bagaimana mereka harus bertindak dan berperilaku sebagai bagaian dari organisasi.

PT Kompas Gramedia (KG), merupakan salah satu perusahaan media massa terbesar di Indonesia. Awal mula berdirinya perusahaan adalah dengan terbitnya Majalah Intisari pada tahun 1963, lalu pada 28 Juni 1965 menerbitkan Harian Kompas. Sampai 50 tahun berdirinya perusahaan, KG melakukan diversifikasi dalam bisnis majalah, tabloid, penerbit buku, toko buku, percetakan, elektronik dan multimedia, pelatihan dan pendidikan, hotel dan resort, produk, dan bisnis *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE) (www.kompasgramedia.com).

Salah satu unit bisnis dari PT Kompas Gramedia yang telah hadir 48 tahun di Indonesia, yaitu Harian Kompas yang telah memiliki ratusan karyawan yang telah mengabdi kepada perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Harian Kompas juga memiliki budaya organisasi yang menjadi ciri khas unit bisnis yang ditanamkan kepada seluruh karyawan. Budaya organisasi yang dimiliki Harian Kompas ini memiliki peranan penting bagi kehidupan unit bisnis Harian Kompas sendiri maupun bagi karyawan perusahaan. Budaya ini dikomunikasikan kepada seluruh karyawan perusahaan, dengan tujuan untuk membimbing tingkah laku mereka dalam mencapai cita-cita perusahaan secara keseluruhan.

Sebuah hal yang unik pada perusahaan ini adalah, sebagian besar karyawan yang bekerja memiliki latar belakang budaya Jawa. Karyawan yang mayoritas berasal dari budaya Jawa tersebut kemudian memberikan pengaruh yang besar kepada karyawan lain yang secara minoritas berasal dari luar Jawa.

Keadaan ini tentu membuat budaya organisasi di Harian Kompas dipengaruhi oleh budaya Jawa yang mereka bawa ke dalam kehidupan pekerjaan mereka.

Salah satu budaya organisasi yang telah dibangun oleh Harian Kompas sejak berdirinya perusahaan adalah bagaimana seluruh karyawan Harian Kompas saling menyapa dengan sebutan “Mas” dan “Mbak”. Sebutan yang memang berasal dari Budaya Jawa ini ditujukan kepada seluruh karyawan, dari atasan ke bawahan dan sebaliknya tanpa mengenal jabatan dalam perusahaan. Selain itu, budaya Harian Kompas juga tercermin dari logo dan warna perusahaan, yang dari waktu ke waktu terus dikomunikasikan kepada publiknya, terutama para karyawan. Budaya tersebut merupakan contoh dari budaya organisasi yang terdapat dalam Harian Kompas yang dibangun dalam rangka mencapai tujuan perusahaan.

Budaya organisasi ditanamkan dalam Harian Kompas dengan harapan budaya organisasi tersebut mampu memberi bimbingan, tuntunan, panduan kepada karyawan Harian Kompas yang juga memegang peranan penting dalam usaha mencapai tujuan perusahaan. Harian Kompas sendiri selama perjalanan bisnisnya tidak melakukan perubahan dalam jenis huruf pada logo namun mengubah warna pada logo, serta slogan “Amanat Hati Nurani Rakyat”.

Slogan yang dimiliki oleh perusahaan juga ikut mengkomunikasikan budaya organisasi. Slogan yang dimiliki oleh Harian Kompas menuangkan semangat yang diciptakan oleh para pendirinya, yaitu P.K Ojong dan Jacob Oetama. Slogan ini tidak pernah berubah dari awal berdirinya Harian Kompas hingga kini. Tetapi apakah para karyawan Harian Kompas memiliki pemakanaan yang sama terhadap slogan yang telah dimiliki oleh Harian Kompas selama 48

tahun tersebut. Pemaknaan yang dimiliki oleh karyawan terhadap logo dan slogan perusahaan, serta simbol-simbol budaya organisasi menjadi pedoman bagi karyawan untuk berperilaku dalam pekerjaan sehari-hari sehingga visi dan misi perusahaan dapat tercapai.

Oleh karena itu, pemaknaan budaya organisasi oleh karyawan Harian Kompas menjadi sangat penting, karena budaya organisasi juga dapat mencerminkan citra dan reputasi perusahaan. Tetapi sebelum budaya organisasi direpresentasikan kepada publik eksernal melalui citra dan reputasi perusahaan, sudah seharusnya jika budaya organisasi dimaknai dengan benar oleh seluruh karyawan perusahaan dalam rangka pencapaian cita-cita perusahaan.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana karyawan Harian Kompas memaknai budaya organisasi yang ditanamkan dalam kehidupan seharai-hari perusahaan, serta mengetahui apakah terdapat perbedaan pemaknaan budaya organisasi antara karyawan Harian Kompas yang telah memiliki masa bekerja lebih dari sepuluh tahun dengan karyawan yang bekerja kurang dari sepuluh tahun dan apakah hal tersebut memengaruhi sikap dan perilaku karyawan dalam bekerja.

Untuk mencapai tujuan ini, maka perlu digunakan pendekatan yang dapat menjelaskan makna dari sudut pandang subjek atau pelaku budaya tersebut, juga metode penelitian yang mampu mengungkap makna perilaku, bahasa, simbol, dan interaksi dalam budaya organisasi. Oleh karena itu, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi untuk mencari pemahaman tentang makna dari realitas berdasar pengalaman yang dilalui oleh manusia.

Sebagaimana yang dinyatakan dalam Creswell (2009:4), *Qualitative research is a means for exploring and understanding the meaning individals or groups ascribe to a social or human problem*. Berdasarkan yang dinyatakan oleh Creswell tersebut, penelitian kualitatif berusaha untuk memahami dan mengupas setiap makna yang diberikan oleh individu atau kelompok. Makna yang dimiliki oleh masing-masing individu dan kelompok dapat berbeda satu sama lain. Hegel dalam Moustakas (1994:26) mendefinisikan metode fenomenologi sebagai ilmu atau kajian dalam mendeskripsikan persepsi seseorang, perasaan, dan pengetahuan dalam pengalaman seseorang. Sehingga pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi menjadi tepat untuk digunakan dalam penelitian ini karena dapat mengupas dan memahami makna yang diberikan oleh individu atau kelompok dalam sebuah pengalaman individu tersebut. Fenomenologi juga mampu mencari pemahaman tentang makna dari sebuah realitas yaitu tentang pemaknaan budaya organisasi yang dlakukan oleh karyawan berdasarkan pengalaman yang mereka lalui.

Penelitian ini ingin mengkaji makna budaya organisasi bagi karyawan dan bagaimana makna-makna tersebut dihasilkan. Penelitian dilakukan di Harian Kompas, dengan menunjuk beberapa narasumber yang dianggap mumpuni dalam memberikan data-data kepada peneliti dalam melakukan penelitian ini. Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2013 – Januari 2014 dengan melakukan wawancara dengan narasumber, observasi, dan telaah dokumen sebagai metode pengambilan data.

1.2 Perumusan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Bagaimana realitas sosial dari pemaknaan budaya organisasi yang dilakukan oleh karyawan di Harian Kompas?

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana makna realitas budaya organisasi menurut pandangan karyawan di Harian Kompas?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memiliki tujuan untuk:

Mengetahui pemaknaan karyawan Kompas terhadap budaya organisasi Harian Kompas.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan Ilmu Komunikasi, terutama dalam bidang kajian pemaknaan simbolik budaya organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis terhadap cara pemaknaan secara simbolik karyawan pada budaya organisasi. Sehingga penelitian ini mampu memberikan kontribusi terhadap perusahaan untuk lebih efektif dalam mencapai cita-cita perusahaan, karena pemaknaan yang sama terhadap budaya organisasi oleh karyawannya.