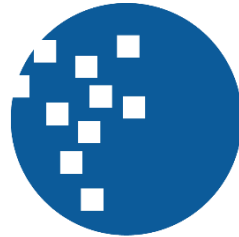


**BUDAYA ORGANISASI 'HIGH IMPACT CULTURE'
DI MERCK INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Caterine

00000045580

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**BUDAYA ORGANISASI ‘HIGH IMPACT CULTURE’
DI MERCK INDONESIA**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Caterine

00000045580

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Caterine
NIM : 00000045580
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi saya yang berjudul:

Budaya Organisasi ‘High Impact Culture’ di Merck Indonesia merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 15 Maret 2024



Caterine

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Budaya Organisasi ‘High Impact Culture’ di Merck Indonesia”

Oleh

Nama : Caterine

NIM : 00000045580

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 25 Maret 2024

Pukul 09.00 s/d 10.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut

Tangerang, 28 Maret 2024

Ketua Sidang

Digitally signed
by Chininta
Date: 2024.05.24
11:00:40 +07'00'

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si.

NIDN 0320079201

Penguji

Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si.

NIDN 0327066402

Pembimbing

Dr. Arsa
Widitiarsa Utoyo
2024.05.24
11:12:29 +07'00'

Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, M.Sn

NIDN 0313068201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.05.24 15:19:36
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Caterine
NIM : 00000045580
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : **Budaya Organisasi 'High Impact Culture' di Merck Indonesia**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- o Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 15 Maret 2024



Caterine

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR


Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya, peneliti telah berhasil menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul Budaya Organisasi ‘High Impact Culture’ di Merck Indonesia. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Tentunya tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang mendorong dan membimbing peneliti selama masa perkuliahan hingga akhir penelitian ini, peneliti tidak akan dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Oleh karena itu, peneliti ingin berterima kasih kepada pihak-pihak yang mengambil peran penting dalam kehidupan perkuliahan peneliti. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, M.Sn sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Dr. Endah Murwani, M.Si. dan Ibu Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si. selaku dewan penguji dan ketua sidang yang telah membantu peneliti dalam menyempurnakan penelitian ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
7. Merck Indonesia, selaku perusahaan yang telah memberikan pengalaman berharga yang tidak akan pernah peneliti lupakan dan menginspirasi peneliti untuk meneliti topik penelitian ini.

8. MDP, HDA, DR, HR, dan RIB, selaku narasumber perwakilan Merck Indonesia yang telah memberikan peneliti segala informasi yang dibutuhkan dan meyakinkan peneliti bahwa ternyata dunia profesional juga bisa terasa menyenangkan.
9. Seluruh teman-teman di Universitas Multimedia Nusantara maupun di Merck Indonesia yang selalu memberikan peneliti dorongan positif dan semangat tanpa batas sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini dengan maksimal.

Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pembaca di luar sana sebagai sumber informasi maupun inspirasi untuk terus mengembangkan budaya organisasi yang ada di perusahaan-perusahaan di Indonesia.

Tangerang, 15 Maret 2024



Caterine

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

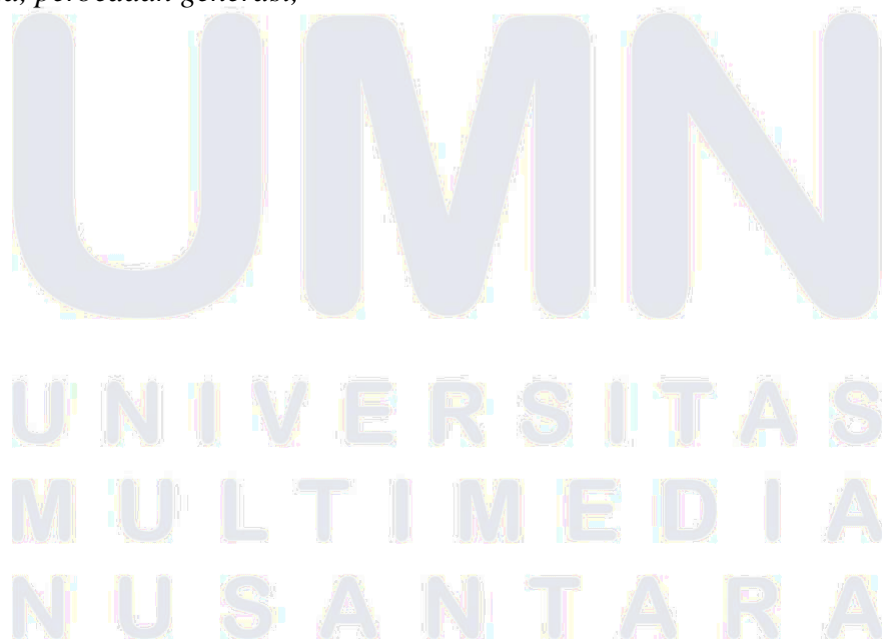
Budaya Organisasi ‘High Impact Culture’ di Merck Indonesia

Caterine

ABSTRAK

Perbedaan generasi kerap menjadi hambatan bagi perusahaan untuk mencapai kinerja yang optimal. Faktor budaya organisasi kemudian menjadi faktor yang amat penting bagi perusahaan untuk menyatukan keragaman generasi yang ada. Budaya organisasi mencakup nilai-nilai, norma, keyakinan, dan perilaku yang dianut oleh karyawannya dalam berinteraksi dengan individu lain dalam lingkungan kerja. Peneliti akan berfokus dalam membahas budaya organisasi ‘High Impact Culture’ yang dijalankan oleh Merck Indonesia melalui perspektif dimensi budaya organisasi. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dengan metodologi studi kasus dan sifat yang diskriptif. Adapun teori dan konsep yang digunakan pada penelitian ini adalah teori komunikasi organisasi, konsep budaya organisasi, dan konsep perbedaan generasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya ‘High Impact Culture’ yang dijalankan oleh Merck Indonesia telah memenuhi tiga dimensi budaya organisasi yaitu simbol fisik, simbol perilaku, dan simbol verbal. Pengimplementasian HIC juga menunjukkan hasil yang positif dari karyawan-karyawannya. Namun, Merck Indonesia belum memiliki indikator yang dapat memperhitungkan secara objektif tingkat keberhasilan dari pengimplementasian budaya organisasi-nya.

Kata kunci: *Budaya organisasi, dimensi, komunikasi organisasi, lingkungan kerja, perbedaan generasi,*



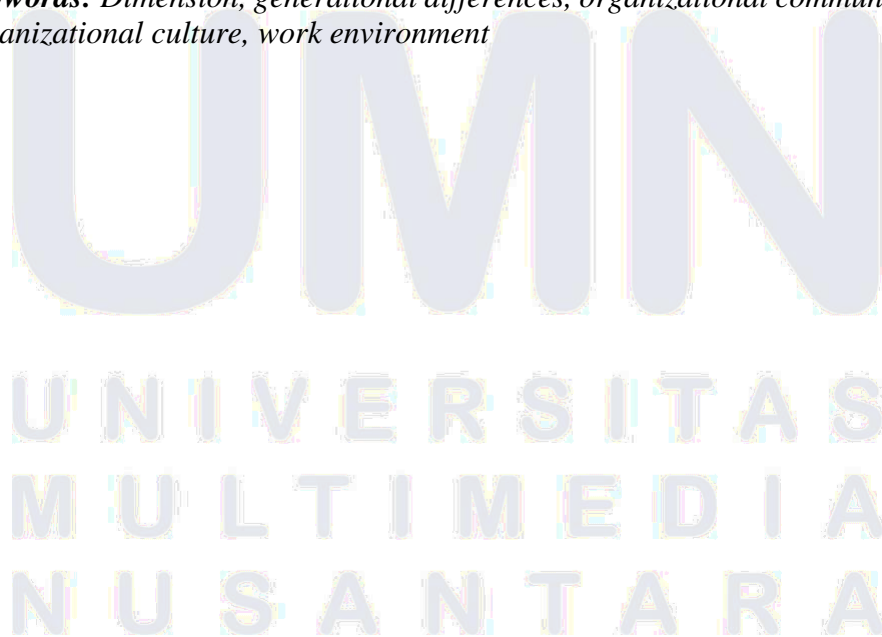
‘High Impact Culture’ Organizational Culture at Merck Indonesia

Caterine

ABSTRACT (English)

Generational differences are often an obstacle for companies to achieve optimal performance. The organizational culture factor then becomes a very important factor for companies to unite the diversity of existing generations. Organizational culture includes values, norms, beliefs, and behaviors adopted by its employees in interacting with other individuals in the work environment. The researcher will focus on discussing the 'High Impact Culture' organizational culture run by Merck Indonesia through the perspective of the dimensions of organizational culture. This research is a qualitative study that uses data collection techniques in the form of in-depth interviews with case study methodology and descriptive nature. The theories and concepts used in this research are organizational communication theory, the concept of organizational culture, and the concept of generational differences. The results showed that the 'High Impact Culture' culture run by Merck Indonesia has fulfilled three dimensions of organizational culture, namely physical symbols, behavioral symbols, and verbal symbols. The implementation of HIC also shows positive results from its employees. However, Merck Indonesia does not yet have indicators that can objectively calculate the success rate of implementing its organizational culture.

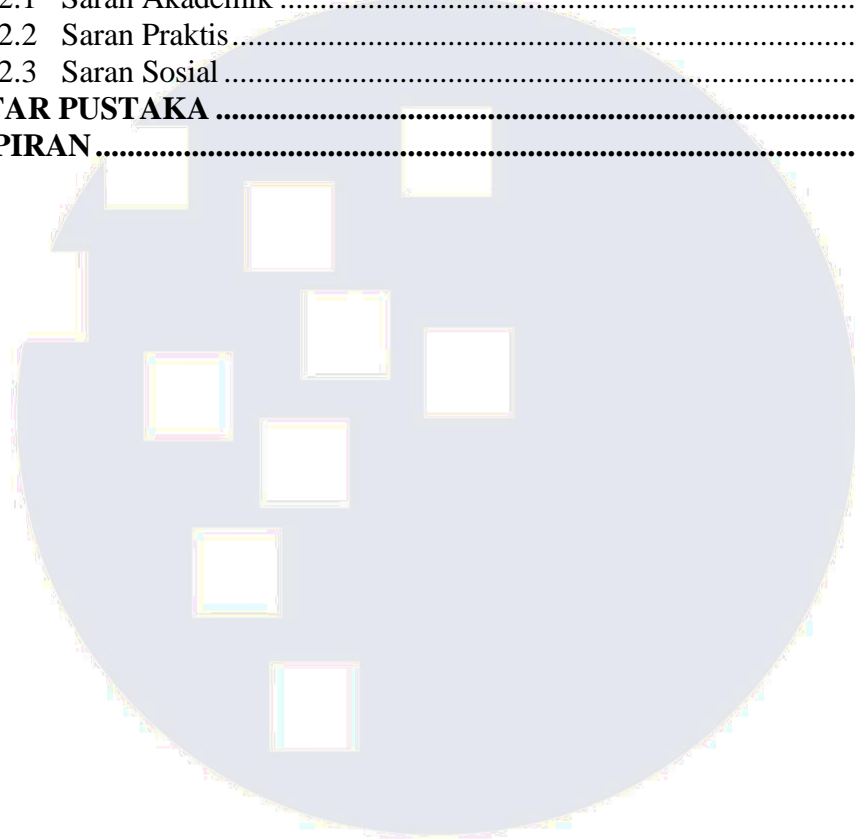
Keywords: *Dimension, generational differences, organizational communication, organizational culture, work environment*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.6 Keterbatasan Penelitian	8
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Teori dan Konsep	18
2.2.1 Teori Komunikasi Organisasi.....	18
2.2.2 Konsep Budaya Organisasi.....	20
2.2.3 Konsep Perbedaan Generasi	23
2.3 Alur Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Paradigma Penelitian	26
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian	27
3.3 Metode Penelitian	28
3.4 Key Informan	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.6 Keabsahan Data	33
3.7 Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Objek Penelitian	36
4.1.1 About Merck Indonesia	36
4.1.2 Budaya Organisasi Merck Indonesia.....	37
4.2 Hasil penelitian	40
4.2.1 Lingkungan Kerja Merck Indonesia. . .	40
4.2.2 Budaya Organisasi Merck Indonesia.....	54
4.3 Pembahasan	68

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Simpulan	80
5.2 Saran	82
5.2.1 Saran Akademik	82
5.2.2 Saran Praktis	82
5.2.3 Saran Sosial	83
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85

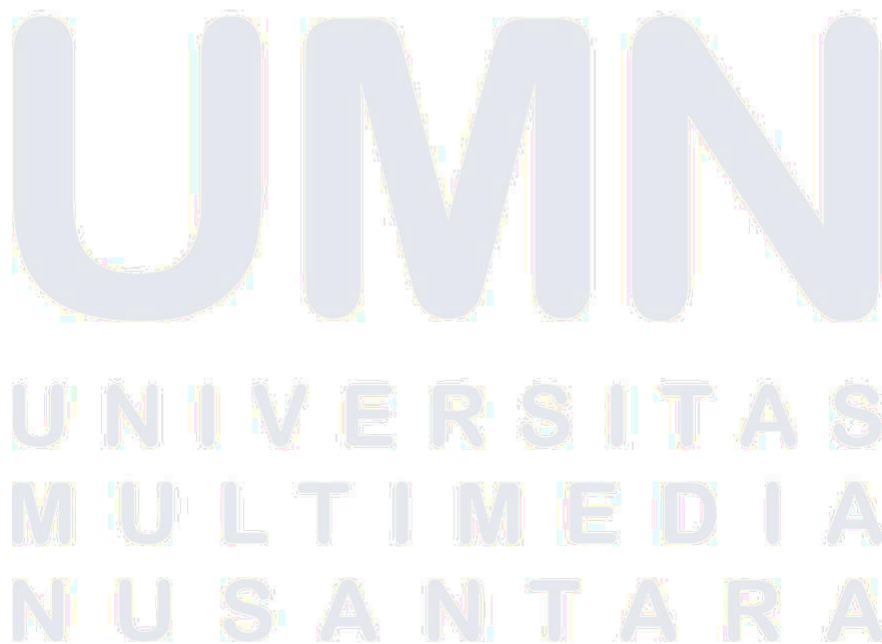


UMMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

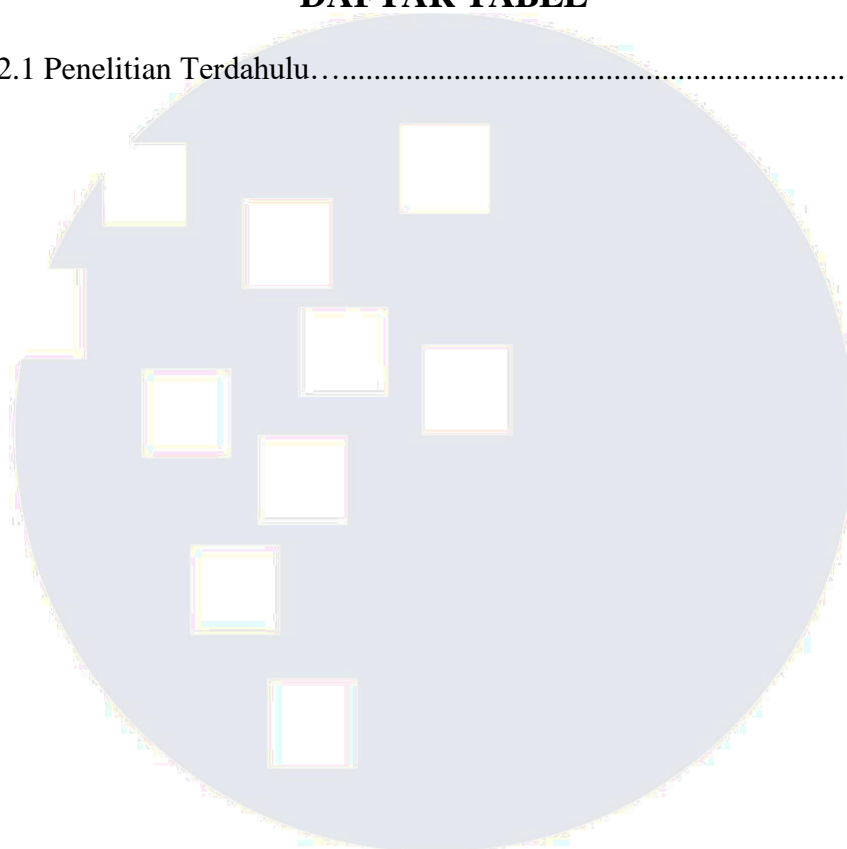
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan jumlah penduduk berdasarkan generasi.....	1
Gambar 1.2 Ilustrasi generasi X, Y, dan Z.....	2
Gambar 1.5 HR Excellence Award yang dimenangi Merck Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	26
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Merck Indonesia.....	37
Gambar 4.2 Perayaan Perpisahan Rekan Merck Indonesia.....	41
Gambar 4.3 <i>Collaboration space</i> dan <i>Wellness Room</i> Merck Indonesia.....	63
Gambar 4.4 Fasilitas Olahraga dan Mesin Kopi Merck Indonesia.....	64
Gambar 4.5 Kegiatan High Impact Chef.....	67



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
-------------------------------------	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Turnitin.....	85
Lampiran B Formulir Konsultasi Skripsi	86
Lampiran C CV Caterine.....	87
Lampiran D Panduan Wawancara.....	89
Lampiran E Informed Consent	92
Lampiran F Transkrip Wawancara.....	98
Lampiran G Data Budaya Perusahaan.....	181

