

**BUDAYA ORGANISASI SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN
CITRA PERUSAHAAN
(Studi Deskriptif pada Strategi dan Target Mutu Pelayanan Perseroan
Terbatas Taspen Kantor Cabang Yogyakarta)**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Khoirul Zaenal Abidin

NIM. 10730033

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2015



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : KHOIRUL ZAENAL ABIDIN
NIM : 10730033
Prodi : ILMU KOMUNIKASI
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 29 Mei 2015

Yang menyatakan,



KHOIRUL ZAENAL ABIDIN

NIM. 10730033



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING

UIN.02/KP 073/ PP. 09/21/2015

Hal : Skripsi

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta .

Assalamualaikum, Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : KHOIRUL ZAENAL ABIDIN

NIM : 10730033

Prodi : ILMU KOMUNIKASI

Judul :

**BUDAYA ORGANISASI SEBAGAI SARANA PEMBENTUKAN CITRA
PERUSAHAAN**

**(Studi Deskriptif pada Strategidan Target Mutu Pelayanan Perseroan
Terbatas Taspen Kantor Cabang Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 28 Mei 2015
Pembimbing

Fatma Dian Pratiwi, M. Si
NIP. 197503072006042001



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ 1043 /2015

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : BUDAYA ORGANISASI SEBAGAI SARANA
PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN (Studi
Deskriptif pada Strategi dan Target Mutu Pelayanan
Perseroan Terbatas Taspen Kantor Cabang Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Khoirul Zaenal Abidin
NIM : 10730033

Telah dimunaqosyahkan pada : Jum'at, tanggal: 12 Juni 2015
dengan nilai : 86 (A/B)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :

Ketua Sidang

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos.,M.Si
NIP. 19750307 200604 2 001

Penguji I

Alip Kunandar, S.Sos.,M.Si
NIP.19760626 200901 1 010

Penguji II

Diah Ajeng Purwani, S.Sos.,M.Si
NIP. 19790720 200912 2 001

Yogyakarta, 3-9-2015
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



H. Kamsi, MA
570207 198703 1 003

HALAMAN MOTTO

*Jangan remehkan sesuatu
yang sederhana, karena
terkadang itu lah yang
akan membuatmu bahagia*

*Dan kadang ada sesuatu
yang tak harus dikatakan
tapi harus dimengerti.*

#bahagiaitusederhana

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi Penelitian ini saya persembahkan untuk Ayah tercinta yang dengan kesabarannya senantiasa membimbing dan memberi wejangan untuk menjadi dewasa

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan yang terang benderang untuk hidup di dunia dan akhirat.

Skripsi ini merupakan kajian singkat tentang budaya organisasi dan citra perusahaan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karenanya dengan segenap ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. H. Bono Setyo, M.Si. dan Drs. Siantari Rihartono, M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Fatma Dian Pratiwi, M.Si. sebagai pembimbing skripsi.
4. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. PT Taspen Kantor Cabang Yogyakarta yang mengizinkan saya selaku peneliti untuk melakukan penelitian ini.
6. Mas Iping, dan segenap keluarga PSM Gita Savana tercinta yang tidak cukup jika disebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan ilmu

dalam berkesenian, dan semangat cinta kekeluargaan yang tak ternilai, jika boleh berkata alay dan berlebihan, “aku sayang kalian”.

7. Arpanet dan seluruh kru Arpa, Mas Bos Franz dan Mbak Tika yang mengizinkan saya menginap sehari – hari di warnet hanya untuk mengerjakan skripsi, Mbak Wulan, Yanda, Arif, Eddy, Mas Arif, Mugi, Ramita, Lensi, semoga kompak selalu.
8. Mbak Safitri atas langgam - langgam keroncong yang senantiasa menemani saya mengerjakan skripsi.

Yogyakarta, 29 Juni 2015

Penyusun,

Khoirul Zaenal Abidin

NIM. 10730033

DAFTAR ISI

| | |
|------------------------------------|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING..... | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN..... | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI | ix |
| ABSTRACT. | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 7 |
| D. Kegunaan Penelitian..... | 8 |
| E. Telaah Pustaka | 8 |
| F. Landasan Teori..... | 10 |

| | | |
|----------------|--|-----------|
| | G. Metode Penelitian..... | 22 |
| | H. Kerangka Pemikiran..... | 34 |
| BAB II | GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN | |
| | A. Sejarah Perusahaan..... | 35 |
| | B. Makna Logo Perusahaan..... | 37 |
| | C. Visi dan Misi Perusahaan..... | 38 |
| | D. Motto Layanan Perusahaan..... | 40 |
| | E. Produk dan Layanan Perusahaan..... | 42 |
| | F. Strategi dan Target Mutu Pelayanan..... | 44 |
| | G. Struktur Organisasi Perusahaan..... | 46 |
| BAB III | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| | A. Hasil Penelitian dan Pembahasan..... | 47 |
| BAB IV | PENUTUP | |
| | A. Kesimpulan..... | 75 |
| | B. Saran..... | 76 |
| | DAFTAR PUSTAKA..... | 78 |
| | LAMPIRAN – LAMPIRAN..... | 81 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|---------|--|----|
| Tabel I | : Unit Analisis dan Definisi Operasional | 23 |
|---------|--|----|



DAFTAR BAGAN

| | | |
|-----------|--|----|
| Gambar I | : Kerangka Pemikiran..... | 35 |
| Gambar II | : Struktur Organisasi PT Taspen KC Yogyakarta..... | 47 |



DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----------|-----------------------|----|
| Gambar I | : Logo PT Taspen..... | 38 |
|----------|-----------------------|----|



ABSTRACT

This research aim to describe the factor of organization culture in shaping the corporate image. Identity which a factor of organization culture is a means to recognize an individual or group of individuals or other groups. In its application in the company or organization, identity becomes one of paramount importance, one of which is the formation of the image of the company that owns the identity. Shirley Harrison mentions that the company's image can be seen on several factors including, Personality, Reputation, Value, and Corporate Identity. This is the basis why the identity of the company is one of the important things in image formation. Identity itself is one factor or a part of organizational culture, in other words the organizational culture to be important in the formation of the image of an organization or a company.

Several major companies in Indonesia have made use the factor of organization's culture in shaping the corporate image, including PT Telkom, Bringin Life, Bank BCA, Bank Mandiri, including Taspen. PT TASPEN is one of the companies involved in financial services, as distributor of the Civil Service pension funds, state-owned enterprises and enterprises that have cooperated. PT TASPEN with its status as distributor of the Civil Service pension funds, state enterprises, and enterprises can be interpreted to have its own consumers and to be sure.

The purpose of this study was to determine how the organization of cultural factors shaping the image of a company, especially Taspen which incidentally already has its own consumer and sure.

Based on the analysis of in-depth interviews, observation, and study documents on the subjects in this study, it can be concluded that Taspen still requires the image. Corporate identity and communication performances which factors of organization culture in Taspen has been conditioned in order to form the image of the company. -value Value of organizational culture, embodied in the Corporate Identity. Communication performances in PT TASPEN is lead to the establishment of corporate image.

Keywords: organization culture, corporate identity, performing communications, corporate image.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia yang merupakan makhluk sosial tentu saja tidak akan lepas dari proses komunikasi. Proses komunikasi yang terjadi antar sesama manusia ini membentuk berbagai kesepakatan-kesepakatan. Berbagai macam kesepakatan tersebut seiring berjalanya waktu menjadi norma, ritual, ide, gagasan, adat, dan kebiasaan manusia dalam suatu kelompok tertentu. Norma, ritual, ide, gagasan, adat, dan kebiasaan inilah yang kemudian sering kita menyebutnya dengan budaya.

Ketika proses komunikasi yang kemudian menghasilkan budaya ini terjadi dalam sebuah kelompok masyarakat atau organisasi maka akan terbentuk pula budaya yang mengatur dan mengikat mereka di dalam organisasi tersebut. Budaya hasil bentukan inilah yang selanjutnya kita sebut sebagai budaya organisasi atau perusahaan. Budaya organisasi atau perusahaan yang didalamnya terdapat unsur-unsur kebudayaan seperti norma atau aturan-aturan, ritual-ritual, pengetahuan, teknologi, dan lain sebagainya menjadi sangat penting karena menghasilkan identitas sebuah perusahaan.

Identitas Perusahaan merupakan sarana individu atau kelompok lain untuk mengenal organisasi/ perusahaan/ kelompok yang memiliki identitas tersebut. Selanjutnya, identitas tersebut menjadi cerminan (citra) perusahaan yang memiliki identitas tersebut. Identitas merupakan bagian dari budaya, dengan kata lain budaya merupakan cerminan (citra) dari perusahaan. Sebagaimana yang

diungkapkan oleh Shirley Harrison dalam Iman Mulyana (2003:3) bahwa informasi lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen yang meliputi, *Personality, Reputation, Values, dan Corporate Identity*.

Dalam Al-Qur'an juga sudah dijelaskan mengenai budaya organisasi dan citra, yakni didalam surah Al – Shaff ayat 4 :

يُقَاتِلُونَ لِلدِّينِ حُبًّا لِّلَّهِ إِنَّ فِي مَرْصُومِنِّيَأْتِكَا أَنَّهُمْ صَفًّا سَبِيلِهِ

Artinya: Sesungguhnya Allah menyukai orang yang berperang dijalan-Nya dalam barisan yang teratur seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kokoh.

Dalam ayat tersebut diatas budaya organisasi ditunjukkan dalam kata *shaff*, yang artinya barisan yang teratur. Kata “barisan” menunjukkan makna sebuah organisasi, sedangkan kata “teratur” menunjukkan makna dari budayanya, sehingga dapat disimpulkan dari makna kata *shaff* yang artinya “barisan yang teratur” memiliki makna sebuah kelompok yang memiliki budaya yang tertata dan tertib. Kemudian jika kita lihat arti selanjutnya dari ayat diatas terdapat kata *bunyan* yang artinya struktur/bangunan dan *marshuush* yang artinya padat/kokoh, dua kata ini menjadi penegas kata *shaff*.

Ayat Al-qur'an diatas menjelaskan bahwa budaya organisasi yang tertib dan tertata akan menjadikan organisasi menjadi kuat diibaratkan sebuah bangunan atau struktur yang kokoh, memiliki citra yang sangat kuat dan terjaga.

Berbicara mengenai citra yang dibentuk dari budaya organisasi yang ada dalam perusahaan akan sangat menarik jika kita melihat secara nyatanya di sebuah perusahaan. Beberapa perusahaan besar di Indonesia membentuk citra yang

diinginkan perusahaan dengan faktor budaya organisasi yang kemudian dijadikan budaya perusahaan, diantaranya PT Telekomunikasi Indonesia, BRINGIN LIFE, Bank Central Asia, dan Bank Mandiri.

Pertama, PT Telekomunikasi Indonesia. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Laporan Tahunan PT Telekomunikasi Indonesia tahun 2013 yang diakses di www.telkom.co.id pada tanggal 25 Mei 2015 diketahui bahwa PT Telekomunikasi Indonesia memiliki sistem dan budaya yang terus dikembangkan sesuai dengan tuntutan dan perubahan bisnis untuk mewujudkan perusahaan agar terus maju, dicintai perusahaannya, kompetitif di industrinya, dan dapat menjadi *role model* Perusahaan. Sejak tahun 2009 sudah dilakukan transformasi budaya baru perusahaan yang disebut dengan "*The Telkom Way*". Pengembangan budaya yang dilakukan PT Telekomunikasi Indonesia selanjutnya pada tahun 2013 dengan ditetapkannya Arsitektur Kepemimpinan dan Budaya Perusahaan (AKBP) Telkom Group.

Kedua, BRINGIN LIFE. Berdasarkan informasi yang di peroleh dari www.bringinlife.co.id/budaya_perusahaan.aspx dan diakses pada tanggal 25 Mei 2015, perusahaan asuransi jiwa yang merupakan anak perusahaan dari Bank Rakyat Indonesia memiliki nilai - nilai budaya organisasi yang dimasukkan ke dalam Identitas Perusahaan, diantaranya integritas, professional, inovatif, kemitraan, dan kualitas sumber daya manusia.

Ketiga, Bank Central Asia. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Laporan Tahunan BCA tahun 2013 yang diunduh www.bca.co.id dan diakses pada tanggal 25 Mei 2015, bahwa perusahaan jasa perbankan ini juga memiliki

budaya yang dibentuk dan dimasukkan ke dalam visi, misi, tata nilai perusahaan yang merupakan bagian dari identitas perusahaan, dicetak dalam bentuk buku dan dibagikan kepada seluruh karyawan baru yang diharapkan dijadikan panduan moral bagi segenap jajaran BCA dan dalam mengemban misi dan mencapai misi perusahaan. Evaluasi terhadap visi dan misi BCA dilakukan setiap 5 tahun sekali. Pada evaluasi tahun 2013 oleh Dewan Komisaris dan Direksi menerangkan bahwa visi dan misi tersebut masih valid dengan keadaan BCA saat ini.

Keempat, Bank Mandiri. Informasi yang diperoleh dari Laporan Tahunan Bank Mandiri tahun 2014 yang diunduh dari www.ir.bankmandiri.co.id yang diakses pada tanggal 25 Mei 2015 bahwa dalam mendukung pencapaian visi dan misi, serta keberhasilan strateginya, Bank Mandiri merumuskan dan mengimplementasikan budaya perusahaan menjadi *core values* yang disingkat TIPCE (*Trust, Integrity, Profesionalism, Customer Focus, Excellence*).

Dari beberapa uraian tentang perusahaan yang membentuk citra yang diinginkan factor budaya organisasi yang kemudian diimplementasikan ke dalam identitas perusahaan, peneliti menarik kesimpulan betapa pentingnya identitas perusahaan dalam membentuk citra seperti yang diungkapkan Shirley Harrison dalam Iman Mulyana (2003 : 3) dimana citra perusahaan dapat dilihat dari beberapa faktor salah satunya adalah *Corporate Identity* atau identitas perusahaan. Selain itu hal menarik yang peneliti dapatkan dari beberapa uraian tentang perusahaan yang memanfaatkan identitas perusahaan terlihat memang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, dengan segmentasi pasar yang sangat

luas sehingga dimungkinkan saling bersaing dalam memperoleh kepercayaan konsumen.

Perseroan Terbatas Taspen, merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang juga bergerak di bidang jasa keuangan sejenis *bank*, namun memiliki sedikit perbedaan dengan perusahaan dibidang jasa yang lain terutama jasa keuangan atau *perbankan* dalam segmentasi pasar. Beberapa perusahaan yang sudah memanfaatkan faktor budaya organisasi yang kemudian dimasukkan kedalam identitas perusahaan diatas memiliki segmentasi pasar yang sangat luas dan saling bersaing dengan perusahaan sejenisnya, sedangkan Perseroan Terbatas Taspen memiliki segmentasi pasar yang lebih sempit tetapi sudah pasti, yaitu para pensiunan Pegawai Negeri dan beberapa instansi BUMN atau BUMD lain yang bekerjasama. Hal tersebut menjadi alasan mendasar bagi peneliti untuk meneliti tentang budaya organisasi yang ada di Perseroan Terbatas Taspen.

Peneliti juga telah melakukan pra penelitian dengan mewawancarai pihak Perseroan Terbatas Taspen. Dari pra penelitian yang dilakukan peneliti mendapatkan jawaban yang memperkuat alasan sebelumnya mengapa memilih Perseroan Terbatas Taspen. Perseroan Terbatas Taspen yang sampai saat ini masih tetap beroperasi, diketahui ternyata masih mengharapkan citra yang baik bukan di masyarakat melainkan dimata para peserta Taspen, yakni para Pensiunan Pegawai Negeri atau BUMN dan BUMD yang bekerjasama, dalam rangka mempertahankan kepercayaan Pemerintah dan beberapa perusahaan baik BUMN atau pun BUMD yang menggunakan layanan dari Perseroan Terbatas Taspen dalam pengurusan dana pensiun pegawainya, karena semakin maraknya layanan

dari lembaga keuangan lain sejenis bank lain yang menyediakan layanan semacam tabungan hari tua.

Dalam mewujudkan cita – citanya, yakni memiliki citra yang baik dimata para peserta Taspen, PT Taspen membentuk budaya organisasi yang didalamnya memuat norma, gagasan, nilai-nilai dari perusahaan seperti terlihat dalam beberapa identitas perusahaan PT Taspen yang meliputi visi dan misi perusahaan yang ingin menjadi pengelola Dana Pensiun dan THT serta jaminan sosial lainnya yang terpercaya, bersih, dan sehat, serta mewujudkan manfaat dan pelayanan yang semakin baik bagi peserta dan stakeholder lainnya secara Profesional dan Akuntabel, berlandaskan Integritas dan Etika yang tinggi, strategi dan target mutu perusahaan yang terdiri dari Tepat Orang, Tepat Jumlah, Tepat Waktu, Tepat Tempat, dan Tepat Administrasi. Dari sini peneliti menyimpulkan bahwa identitas perusahaan yang merupakan salah satu faktor dari perusahaan menjadi sangat penting di PT Taspen.

Berdasarkan beberapa alasan tersebut diatas peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana faktor – faktor budaya organisasi di PT Taspen digunakan dalam membentuk citra yang diharapkan oleh PT Taspen, mengingat pentingnya identitas sebagai bagian dari faktor budaya organisasi yang ada di PT Taspen, maka peneliti menyusun skripsi penelitian ini dengan judul **“Budaya Organisasi Sebagai Sarana Pembentukan Citra Perusahaan (Studi Deskriptif Pada Strategi Dan Target Mutu Pelayanan Perseroan Terbatas Taspen Kantor Cabang Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang yang peneliti paparkan di atas, peneliti menarik rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu “bagaimana faktor budaya organisasi digunakan dalam membentuk citra perusahaan Perseroan Terbatas Taspen Kantor Cabang Yogyakarta?”.

C. Tujuan Penelitian

Sebuah penelitian dilakukan pasti memiliki tujuan mengapa penelitian tersebut ingin dilakukan. Seperti halnya penelitian ini, tujuan terkait dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dipaparkan sebelumnya adalah mengetahui bagaimana faktor budaya organisasi digunakan dalam membentuk citra perusahaan Perseroan Terbatas Taspen Kantor Cabang Yogyakarta.

D. Kegunaan Penelitian

Sebuah penelitian dilakukan pasti memiliki kegunaan, dan yang menjadi kegunaan dari hasil penelitian yang akan peneliti lakukan selain sebagai salah satu syarat penyelesaian studi jenjang S1 Ilmu Komunikasi peneliti, diantaranya:

1. Memperkaya khasanah keilmuan dengan memunculkan teori baru mengenai budaya dan citra perusahaan.
2. Memperkuat teori pendahulu, karena teori baru ini ada didukung oleh teori yang sudah ada.

E. Telaah Pustaka

Penelitian-penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan mengenai budaya perusahaan seperti yang akan dilakukan peneliti beberapa diantaranya

adalah Penelitian dari Prima Nugraha S Sinaga, mahasiswi dari Universitas Sumatera Utara Fakultas Ilmu Sosial dan Politik pada tahun 2009 dengan judul Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Sekretariat Daerah Kabupaten Dairi Sumatera Utara. Penelitian ini mengambil metode penilitan Kuantitatif dengan obyek penelitian pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai dengan subyek penelitiannya adalah pegawai di Sekretariat Daerah Kabupaten Dairi Sumatera Utara.

Penelitian berikutnya dari Yoga Pratama, mahasiswa Universitas Indonesia dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik pada tahun 2012 dengan judul Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sebagai obyek dari penelitian yang dilakukan oleh Yoga Pratama ini adalah pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai, dan yang menjadi subyek penelitiannya adalah pegawai pada kantor Kecamatan Nanggung Kabupaten Bogor.

Penelitian yang lain dari Riska Pratiwi yang merupakan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hassanudin pada tahun 2012 dengan judul Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang Makassar. Penelitian ini mengambil metode kuantitatif dengan obyek penelitian pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja pegawai, sebagai subyek penelitian yang dilakukan Riska Pratiwi adalah Pegawai di Kantor Pelayanan Kekayaan Negara Dan Lelang Makassar.

Dari penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan, peneliti menarik kesimpulan mengenai perbedaan penelitian-penelitian terdahulu yang pernah ada dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada metode penelitian dan subyek penelitian. Penelitian-penelitian terdahulu yang pernah ada dari yang peneliti sampaikan diatas keseluruhan menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Mengenai subyek penelitian dari penelitian-penelitian terdahulu yang terpaparkan diatas keseluruhannya sudah sangat jelas berbeda dengan obyek penelitian yang akan dilakukan peneliti.

F. Landasan Teori

1. Budaya Organisasi

a. Pengertian Budaya Organisasi

Edy Sutrisno (2010:2) dalam bukunya menyebutkan bahwa budaya organisasi didefinisikan sebagai seperangkat sistem nilai-nilai, keyakinan-keyakinan, asumsi-asumsi, atau norma-norma yang berlaku, disepakati, dan diikuti, oleh para anggota suatu organisasi sebagai pedoman perilaku dan pemecahan masalah-masalah organisasinya.

Sedikit berbeda dengan Ahmad Sun'an (2010 : 1) menyebutkan bahwa budaya organisasi merupakan suatu bentuk usaha untuk memperoleh rasa, perasaan, atmosfer, karakter, atau citra dari sebuah organisasi, sehingga dapat dikatakan bahwa sebuah organisasi yang efektif adalah sebuah organisasi yang memiliki budaya lembaga yang kuat dan

fungsi dasar dari kepemimpinan untuk membentuk suatu budaya organisasi.

Sedangkan menurut Trujillo dan Pacanowsky dalam Morissan (2009:101) memberikan pengertian tentang budaya organisasi sebagai berikut:

“Budaya merupakan cara hidup dalam organisasi. Termasuk ke dalam budaya organisasi adalah iklim atau atmosfer emosi dan psikologis yang mencakup moral, sikap dan tingkat produktifitas anggota. Budaya organisasi juga mencakup seluruh simbol yang ada serta makna yang diberikan anggota organisasi kepada simbol tersebut. Makna dan pengertian budaya organisasi yang ada pada anggota organisasi tidak muncul begitu saja, melainkan melalui proses, interaksi, dan komunikasi antar anggota organisasi”.

Dari ketiga pengertian yang terpaparkan diatas peneliti menyimpulkan bahwa budaya organisasi adalah suatu bentuk usaha atau cara untuk memperoleh rasa, perasaan, atmosfer, karakter atau citra dari sebuah organisasi dengan menggunakan sistem nilai, keyakinan, asumsi, norma yang berlaku dan disepakati sebagai pedoman dalam berperilaku dalam organisasi serta pemecahan masalah-masalah yang timbul dalam organisasi.

b. Teori Budaya Organisasi

Trujillo dan Pacanowsky dalam Morissan (2009:101) dalam mengemukakan sebuah teori bahwa budaya bukanlah sesuatu yang dimiliki oleh organisasi, budaya adalah sesuatu yang merupakan organisasi itu sendiri. Memahami individu sebagai suatu unit individu adalah lebih penting daripada melakukan generalisasi terhadap perilaku atau nilai-nilai organisasi secara keseluruhan.

Setiap organisasi memiliki perbedaan dalam hal jangkauan dan ukuran yang dimilikinya, dan organisasi juga memiliki sejumlah tindakan atau kebiasaan yang unik atau khas bagi organisasi yang bersangkutan. Esensi kehidupan organisasi dapat ditemukan pada budaya yang dimiliki organisasi yang bersangkutan. Namun dalam hal ini, kata “budaya” itu sendiri tidak mengacu pada hal-hal seperti suku, etnis atau latar belakang budaya seseorang, namun budaya adalah cara hidup dalam organisasi seperti yang diungkapkan oleh Trujillo dan Pacanowsky dalam Morrissan (2009:101).

Trujillo dan Pacanowsky dalam membangun teorinya ini menggunakan prinsip-prinsip etnografi dan secara khusus megadopsi pendekatan interaksi-simbolik yang dikemukakan oleh Clifford Geertz, hal ini dikemukakan dalam Morrissan (2009:101). Menurut Geertz manusia membuat sendiri jaringnya seperti laba-laba membangun sendiri rumahnya, begitu pula organisasi dimana manusia sebagai pelaku organisasi adalah laba-laba dan budaya organisasi yang diibaratkan jaring laba-labanya, dan setiap jaring yang dibuat tidak sama satu dengan lainnya.

Trujillo dan Pacanowsky dalam Morrissan (2009:103) membangun tiga asumsi dasar yang digunakan untuk membantu memahami budaya organisasi, tiga asumsi dasar tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Anggota organisasi menciptakan dan memelihara rasa bersama terhadap realitas organisasi yang menghasilkan pengertian yang lebih baik terhadap nilai-nilai organisasi.

Asumsi ini menunjukkan pentingnya manusia dalam kehidupan organisasi, khususnya peran individu dalam menciptakan dan mempertahankan realitas mereka. Inti dari asumsi ini adalah adanya nilai-nilai organisasi. Nilai merupakan standart atau patokan dan prinsip dalam suatu budaya yang memiliki nilai intrinsik terhadap budaya yang bersangkutan. Nilai berasal dari pengetahuan moral anggota dan anggota menunjukkan pengetahuannya melalui percakapan atau cerita antar anggota.

- 2) Penggunaan dan interpretasi terhadap simbol berperan penting terhadap budaya organisasi

Asumsi ini menyatakan bahwa realitas dan budaya suatu organisasi juga ditentukan sebagian oleh simbol yang merupakan representasi makna, dimana anggota menciptakan, menggunakan, dan menafsirkan simbol setiap hari.

- 3) Berbagai organisasi memiliki budaya yang berbeda, dan interpretasi terhadap berbagai tindakan dalam suatu budaya tertentu berbeda dengan budaya lainnya.

Asumsi ketiga ini berkenaan dengan perbedaan budaya, dimana setiap organisasi memiliki budaya yang berbeda satu sama lain.

Edy (2010 : 3) mengacu pada pendapatnya Deal & Kennedy, Miner, dan Robbins menyebutkan bahwa budaya yang kuat dan positif akan berpengaruh terhadap perilaku dan efektifitas kinerja perusahaan, karena akan menimbulkan antara lain sebagai berikut:

- 1) Nilai-nilai kunci yang saling menjalin, tersosialisasikan, menginternalisasi, menjiwai pada para anggota, dan merupakan yang tidak tampak.
- 2) Perilaku karyawan secara tidak disadar akan terkendali dan terkoordinasi oleh kekuatan yang informal atau tidak tampak.
- 3) Anggota menjadi komit dan loyal terhadap organisasi.
- 4) Adanya musyawarah dan kebersamaan atau kesertaan dalam hal –hal yang berarti sebagai bentuk partisipasi, pengakuan, dan penghormatan terhadap karyawan.
- 5) Semua kegiatan akan diarahkan atau berorientasi pada misi dan tujuan organisasi.
- 6) Karyawan akan senang karena diakui dan dihargai martabat dan kontribusinya.
- 7) Ada koordinasi, ntegrasi, dan konsistensi yang membuat stabil kegiatan-kegiatan organisasi.
- 8) Memiliki pengaruh terhadap organisasi dalam tiga aspek: pengarahan perilaku dan kinerja organisasi, penyebarannya pada para anggota organisasi, dan kekuatannya, yaitu dengan menekan para anggota untuk melaksanakan nilai-nilai budaya.

9) Berpengaruh terhadap perilaku individu maupun kelompok.

c. Pertunjukan Komunikasi

Pacanowsky dan Trujillo dalam Morissan (2009:105-109) menyatakan bahwa anggota organisasi melakukan pertunjukan komunikasi tertentu yang menghasilkan budaya organisasi yang bersifat unik bagi organisasi yang bersangkutan. Pertunjukan komunikasi menurut Trujillo dan Pacanowsky terdiri atas pertunjukan ritual, *passion*, sosial, politik, dan enkulturasi.

1) Ritual

Ritual yang dimaksud disini bukan sesuatu kegiatan yang langsung berhubungan dengan kepercayaan, tetapi ritual yang dimaksud disini merupakan sesuatu yang diulang-ulang secara teratur (rutin) sehingga dapat dikenali dengan baik. Dalam pertunjukan komunikasi, ritual memiliki beberapa jenis, diantaranya:

a) Ritual Personal

Merupakan ritual yang mencakup kegiatan-kegiatan yang dilakukan seseorang anggota setiap harinya dalam organisasi yang bukan merupakan kegiatan-kegiatan kerja atau bukan merupakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh organisasi.

Contohnya membaca koran, tidur, main game, mendengarkan musi dan lain sebagainya.

b) Ritual Kerja

Merupakan ritual yang mencakup kegiatan-kegiatan yang dilakukan anggota dalam organisasi yang merupakan tugas dan tanggung jawab yang dibebankan organisasi kepada anggota sebagai bagian dari organisasi dalam rangka mewujudkan cita-cita organisasi.

Contohnya menulis surat, membuat memo, membuat laporan keuangan, melayani nasabah, dan lain sebagainya.

c) Ritual Sosial

Merupakan ritual yang tidak berhubungan dengan kerja atau tugas dan tanggung jawab dalam berorganisasi, namun ritual ini merupakan pertunjukan penting dalam organisasi. Misalnya, kumpul bersama teman-teman kantor di tempat minum atau kafe atau tempat lain sesuai kerja. Pertunjukan komunikasi seperti ini berperan dalam membangun kedekatan antar anggota organisasi.

d) Ritual Organisasi

Merupakan ritual yang menjadi tugas dan tanggung jawab seluruh anggota organisasi yang dilakukan seluruh anggota organisasi secara bersama-sama dan teratur. Misalnya adalah rapat mingguan, upacara hari senin, dan lain sebagainya.

2) *Passion*

Pertunjukan komunikasi yang berarti kegembiraan atau kesukaan, maksudnya adalah anggota organisasi berupaya menjadikan tugas dan

tanggung jawab rutinnnya menjadi tidak membosankan dan menyenangkan dengan cara melakukan sesuatu yang digemari atau disukai sebagai pembangkit semangat.

Contohnya dalam lingkup organisasi atau perusahaan adalah ada anggota yang sebelum memulai pekerjaannya mereka mereka biasa minum kopi, membaca koran, ketika jam istirahat mereka refressing sambil mendengarkan music, dan lain sebagainya.

3) Sosial

Merupakan berbagai bentuk kesopanan, basa-basi, penghormatan yang dilakukan dengan maksud untuk mendorong dan meningkatkan kerja sama di antara anggota organisasi, dapat dikatakan etika dalam berhubungan dengan sesama anggota organisasi maupun etika yang mengatur ketika berhubungan dengan pihak eksternal organisasi.

4) Politik Organisasi

Merupakan pertunjukan yang menciptakan dan memperkuat gagasan mengenai kekuasaan dan pengaruh yang mencakup perilaku untuk menunjukkan kekuatan pribadi, memperkuat hubungan atau persekutuan dan tawar menawar.

Contohnya adalah pengaruh pimpinan dalam mengambil keputusan, ada suatu kelompok atau entitas dalam perusahaan yang sangat berpengaruh dalam pengambilan keputusan ketika rapat, dan lain sebagainya.

5) Enkulturas

Merupakan proses pengajaran budaya organisasi oleh salah satu anggota kepada anggota organisasi lainnya. Proses ini berlangsung terus menerus namun pertunjukkan tertentu memiliki peran sangat penting dalam proses ini. Contohnya, orientasi anggota baru oleh salah satu individu lain bagaimana melakukan pekerjaan tertentu.

d. Fungsi Budaya Organisasi

Robbin dalam Edy (2010 : 10) disebutkan bahwa budaya memiliki beberapa fungsi diantaranya:

- 1) Budaya organisasi mempunyai suatu peran pembeda, hal ini berarti bahwa budaya organisasi merupakan identitas yang menciptakan perbedaan yang jelas antara satu organisasi dengan yang lainnya.
- 2) Budaya organisasi akan membangun rasa memiliki identitas bagi para anggota-anggota organisasi.
- 3) Budaya organisasi akan mempermudah timbulnya komitmen pada satu yang lebih luas dari pada kepentingan diri individu.
- 4) Budaya organisasi akan meningkatkan kemantapan sistem sosial.

e. Tingkatan Budaya Organisasi

Dalam sebuah jurnal bernama *Survey of Communication Study* pada *chapter* ke-11 membahas tentang komunikasi organisasi dan di dalamnya juga membahas tentang bagaimana budaya bekerja dalam organisasi. Disebutkan bahwa terdapat tiga tingkatan level yang saling

tergantung yang member gambaran tentang bagaimana budaya bekerja dalam organisasi diantaranya:

1) Artifak

Merupakan kebiasaan komunikasi pertama yang kita temui dalam sebuah organisasi. Artifak mudah untuk diamati tetapi sulit untuk dijelaskan. Artifak adalah symbol-symbol yang digunakan sebuah organisasi untuk menunjukkan budaya organisasi. Contohnya teknologi perkantoran, penampilan pribadi, tanda pengenal, penerangan, karyaseni, dokumen tertulis, barang pribadi di meja, tata letak kantor, buku aturan, atau website. Bisa juga berupa kebiasaan rutin seperti proses bekerja, tata cara salam, karakteristik non-verbal, upacara-upacara, interaksi formal dan non-formal antara atasan dan rekan kerja. Semua artifak memberi tahu atau menyampaikan tentang nilai dan praktek kebudayaan dalam sebuah organisasi.

2) Nilai

Merupakan panduan bagi sebuah organisasi tentang bagaimana sesuatu seharusnya terjadi atau strategi bagaimana sesuatu hal harus dicapai dengan benar, nilai juga berlaku sebagai alat ukur. Meskipun kadang berbeda terdapat perbedaan antara apa yang dianggap berharga bagi organisasi dengan kebiasaan asli organisasi tersebut. Sebagai contoh dulu ada stasiun televise bernama TPI (Televisi Pendidikan Indonesia) sebelum berganti

nama menjadi MNC yang dari namanya terlihat memiliki nilai sebagai televisi yang memberikan pendidikan, namun pada perkembangannya tidak memberikan program-program yang memberikan pendidikan.

3) Asumsi Dasar

Merupakan inti dari apa yang orang yakini tentang kepercayaan organisasi. Secara tidak sadar kepercayaan, persepsi, pemikiran, dan perasaan-perasaan sangat mempengaruhi bagaimana seseorang sebagai anggota organisasi merasakan lingkungan sekitar. Keyakinan yang tidak terucap ini mengungkapkan bagaimana cara bersikap, bagaimana mengungkapkan baik dan buruk, serta bagaimana mengungkapkan kebenaran dan posisi di lingkungan sekitar. Asumsi dasar ini mengarahkan bagaimana organisasi memperlakukan para pekerja dan menyediakan pelayanan pada pelanggan.

2. Citra

Iman Mulyana (2003:1) dalam artikelnya menyebutkan bahwa citra menunjukkan kesan suatu obyek terhadap obyek lain yang terbentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber yang terpercaya. Senada dengan apa yang diungkapkan oleh Rhenald Kasali (2003 : 28) yaitu citra merupakan kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan.

Dari dua pendapat yang terpaparkan diantar peneliti menyimpulkan bahwa citra merupakan gambaran, atau pandangan, atau kesan yang timbul terhadap suatu obyek setelah memproses informasi dan pemahaman dari sumber-sumber yang dipercaya akan suatu kenyataan dari obyek lain.

Menurut terbentuknya citra, Frank Jefkins (2004:22) mengemukakan bahwa citra perusahaan terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor dan impor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan memikul tanggung jawab sosial, dan komitmen mengadakan riset.

Beberapa kesamaan juga terlihat dari Shirley Harrison dalam Iman Mulyana (2003 : 3) bahwa citra perusahaan dapat dilihat dari empat elemen, diantaranya:

a. Personality

Merupakan keseluruhan dari karakteristik perusahaan yang dipahami oleh publik sasaran, seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang memiliki tanggung jawab social.

b. Reputation

Merupakan hal-hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini oleh publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain, seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank.

c. *Value*

Merupakan nilai-nilai yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

d. *Corporate Identity*

Merupakan komponen-komponen yang mempermudah pengenalan public sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, slogan, dll.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Menurut Jane Richie dalam Moleong (2010:6)

“Penelitian kualitatif merupakan upaya untuk menyajikan dunia social, dan perspektifnya di dalam duniadari segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia yang diteliti, sehingga disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang telah dialami oleh subjek penelitian misalnya, perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dll, secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah, dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.”

Beberapa pengertian lain mengenai penelitian kualitatif adalah yang pertama didapatkan dari Catherine Marshal dalam Sarwono (2006:193) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu proses untuk mendapat pemahaman yang lebih baik mengenai kompleksitas yang ada dalam interaksi manusia. Sehingga dapat

diartikan bahwa proses merupakan penekanan dalam melakukan penelitian ini, atau peneliti dalam melakukan penelitian ini harus berfokus pada proses penelitian.

Kedua, menurut Creswell dalam Raco (2010 : 7) menerangkan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai partisipan dengan mengajukan pertanyaan yang umum dan agak luas. Kemudian informasi yang didapatkan dari partisipan ini dikumpulkan dan dianalisis.

Dari ketiga pengertian diatas, peneliti mengambil kesimpulan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan atau penelusuran dalam rangka memahami kompleksitas yang terjadi dalam interaksi manusia dalam segi konsep, perilaku, persepsi, dan persoalan tentang manusia, dimana penelitian ini berfokus pada proses penelitiannya daripada hasil.

Sedangkan maksud dari analisis deskriptif yang digunakan oleh peneliti mengambil pengertian dari Dirjen Dikti dalam Suryono (2010 : 14) adalah suatu metode atau cara dalam menjelaskan penelitian tersebut dengan cara membuat deskripsi secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta yang didapatkan di lapangan.

Alasan mengenai pemilihan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan analisis deskriptif adalah peneliti menganggap bahwa

metode penelitian dengan menggunakan analisis deskriptif ini akan lebih mampu menjelaskan atau mendeskripsikan hasil penelitian yang akan didapatkan nantinya.

2. Subyek Dan Obyek Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya tidak akan dapat berlangsung tanpa memilih subyek dan obyek penelitian. Dalam Sarwono (2006 : 106) Subyek dalam penelitian kualitatif biasa disebut dengan informan. Dalam memilih informan digunakan teknik sampling. Pemilihan subjek penelitian yang akan diwawancarai dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Hendry (2010) *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel atau informan dengan pertimbangan khusus. Berdasarkan teknik sampling yang digunakan peneliti, yakni *purposive sampling*, peneliti memilih subyek dalam penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif ini adalah bagian Humas dan Pelayanan dari Perseroan Terbatas Taspen Kantor Cabang Yogyakarta.

Obyek penelitian merupakan fokus masalah yang akan dicari jawabannya melalui penelitian ini. Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah terpaparkan di depan bahwa fokus masalah dari penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif ini adalah faktor budaya organisasi yang digunakan dalam membentuk citra perusahaan, dengan kata lain obyek penelitian kualitatif dengan analisa deskriptif ini adalah faktor budaya organisasi yang ada di Perseroan Terbatas Taspen yang

difokuskan kepada strategi dan target mutu pelayanan dari Perseroan Terbatas Taspen Kantor Cabang Yogyakarta.

Alasan mengapa dipilih bagian Humas dan Pelayanan adalah peneliti menganggap bagian Humas paling mengetahui tentang perusahaan, dan bagian pelayanan merupakan bagian yang sering berhubungan dengan pihak eksternal dan juga berpengaruh dalam penerapan budaya organisasi.

3. Unit Analisis Dan Definisi Operasional

Unit analisis dan definisi operasional merupakan kerangka acuan yang digunakan untuk pengumpulan data dan menganalisa data yang sudah didapatkan. Dalam melakukan penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif ini peneliti menggunakan unit analisis dan unit operasional sebagai acuan dalam melakukan penelitian agar tidak melebar atau keluar dari topik dan masalah yang dibahas dalam penelitian.

Berikut ini merupakan unit analisis dan unit operasional yang akan dijadikan sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian kualitatif dengan deskriptif ini.

Tabel 1. Unit Analisis dan Definisi Operasional

| Unit Analisis | Definisi Operasional |
|---|--|
| Tingkatan Budaya Organisasi 1. Artifak | 1. Simbol-simbol yang digunakan sebuah organisasi untuk menunjukkan budaya organisasi. Contoh : logo perusahaan, tata letak kantor, tata cara salam, dll. |
| 2. Nilai dan Keyakinan | 2. Panduan bagi sebuah organisasi tentang bagaimana sesuatu seharusnya terjadi atau strategi bagaimana sesuatu hal harus dicapai dengan benar. |

| | |
|--|---|
| <p>3. Asumsi</p> | <p>Contoh : cara organisasi memperlakuka para pekerja, cara menyediakan pelayanan pada pelanggan, dll.</p> <p>3. Inti dari apa yang orang yakini tentang kepercayaan organisasi. Contoh : pelayanan yang baik, cepat, perusahaan yang professional, akuntabel, dll.</p> |
| <p>Pertunjukan Komunikasi</p> <p>1. Ritual</p> <p>a. Ritual Personal</p> <p>b. Ritual Sosial</p> <p>c. Ritual Kerja</p> <p>d. Ritual Organisasi</p> <p>2. Sosial</p> | <p>1. Sesuatu yang diulang-ulang secara teratur (rutin) sehingga dapat dikenali dengan baik.</p> <p>a. Mencakup kegiatan-kegiatan yang dilakukan seseorang anggota setiap harinya, bukan merupakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh organisasi. Contoh : Membaca Koran ketika jam istirahat, sholat dhuha, bermain game computer ketika jam istirahat, dll</p> <p>b. Mencakup kegiatan yang dilakukan antar anggota yang tidak berhubungan dengan kerja atau tugas dan tanggung jawab dalam berorganisasi, namun ritual ini merupakan pertunjukan penting dalam organisasi. Contoh : Ngobrol di kantin ketika jam istirahat, sholat berjamaah, bermain futsal seusai jam kerja, dll</p> <p>c. Mancakup kegiatan-kegiatan yang dilakukan anggota dalam organisasi, merupakan tugas dan tanggung jawab yang dibebankan organisasi kepada anggota sebagai bagian dari organisasi dalam rangka mewujudkan cita-cita organisasi. Contoh : Membuat memo, menulis surat, membuat laporan keuangan, dll.</p> <p>d. Ritual yang menjadi tugas dan tanggung jawab seluruh anggota organisasi yang dilakukan seluruh anggota organisasi secara bersama-sama dan teratur. Contoh : Rapat mingguan/bulanan, upacara bendera setiap hari senin, pengajian setiap satu bulan sekali, dll.</p> <p>2. Bentuk kesopanan, basa-basi, penghormatan yang dilakukan untuk mendorong dan meningkatkan kerja sama di antara anggota organisasi, etika dalam berhubungan dengan sesama anggota organisasi maupun etika yang mengatur ketika berhubungan dengan pihak eksternal organisasi Contoh : Mengetuk pintu sebelum memasuki ruangan pimpinan, mengucapkan salam atau menyapa ketika</p> |

| | |
|---|--|
| <p>3. Passion</p> <p>4. Politik Organisasi</p> <p>5. Enkulturas</p> | <p>saling bertemu sesama anggota, dalam berbincang antar sesama anggota menggunakan bahasa daerah, dll</p> <p>3. Pertunjukan yang berarti kegemaran atau kesukaan, sebagai upaya menjadikan tugas dan tanggung jawab rutinnnya menjadi tidak membosankan dan menyenangkan dengan cara melakukan sesuatu yang digemari atau disukai sebagai pembangkit semangat. Contoh : Bekerja sambil mendengarkan musik, membaca Koran sebelum memulai pekerjaan, dll</p> <p>4. Pertunjukan yang menciptakan dan memperkuat gagasan mengenai kekuasaan dan pengaruh yang mencakup perilaku untuk menunjukkan kekuatan pribadi, memperkuat hubungan atau persekutuan dan tawar menawar. Contoh : : Mempengaruhi pendapat anggota, mengambil keputusan dalam rapat, menegur anggota yang kurang disiplin, dll</p> <p>5. Proses pengajaran budaya organisasi oleh salah satu anggota kepada anggota organisasi lainnya. Proses ini berlangsung terus menerus namun pertunjukkan tertentu memiliki peran sangat penting dalam proses ini. Contoh : Training pegawai baru, pelatihan-pelatihan ketrampilan pelayanan bagi anggota, dll</p> |
| <p>Fungsi Budaya Organisasi</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sebagai peran pembeda antara organisasi satu dengan yang lain. 2. Sebagai pebawa rasa memiliki identitas organisasi bagi anggota. 3. Mempermudah timbulnya komitmen pada sesuatu yang lebih luas daripada kepentingan individu. 4. Meningkatkan kemantapan sistem sosial. |

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data-data yang diperlukan dalam penelitian untuk kemudian dilakukan analisis. Sarwono (2006 : 211) mengungkapkan bahwa instrument pengumpulan data kualitatif dapat dibagi menjadi dua. Pertama *Interview Guide*, atau biasa dikenal

dengan panduan wawancara. Penggunaan panduan wawancara ini dapat dalam bentuk wawancara atau pun dalam bentuk diskusi, missal dengan teknik FGD (*Focus Group Discussion*).

Kedua, Peneliti Sendiri, jika tidak menggunakan panduan wawancara, misalnya dalam melakukan observasi terlibat langsung, riset partisipatori, maupun review dokumen, maka peranan peneliti sendiri merupakan sarana atau alat untuk memperoleh informasi. Jika pencarian informasi dilakukan secara tertutup atau rahasia maka peranan peneliti sangat penting untuk dapat memperoleh informasi yang benar dan sesuai. Dengan apa yang sedang diteliti, dengan berbekal ingatan, catatan, kamera atau video, seorang peneliti kualitatif akan berusaha memperoleh informasi sebanyak mungkin mengenai hal yang sedang dipelajari.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif dengan analisa deskriptif yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

a. Pengamatan

Menurut Raco (2010 : 112) menyebutkan bahwa pengamatan merupakan pengumpulan data langsung dari lapangan. Pendapat yang sama diungkapkan Moleong (2010:174) bahwa pengamatan merupakan suatu cara mengumpulkan data dengan cara mengamati secara langsung subyek dan obyek penelitian baik secara terbuka

atau tertutup, maupun pengamat ikut berperan di dalamnya atau hanya mengamati saja.

Pengamatan yang akan dilakukan ini bersifat non partisipatif, yang artinya peneliti hanya bertindak sebagai pengamat saja dan tidak menjadi bagian dari obyek yang diamati.

Dalam Raco (2010 : 110) data yang akan didapatkan dalam pengamatan ini adalah dalam bentuk sikap, tindakan, pembicaraan, interaksi interpersonal, dan lain sebagainya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode yang sudah sangat umum dilakukan dalam penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2010 : 186) dalam bukunya mengungkapkan bahwa wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu peneliti dengan informan yang dipilih sebagai subyek penelitian.

Dalam Raco (2010 : 110) metode pengumpulan data dengan wawancara akan memperoleh data yang berupa persepsi, pendapat, perasaan, dan pengetahuan dalam bentuk kata-kata.

c. Studi Dokumen

Dalam Moleong (2010 : 2019) Studi Dokumen merupakan proses pencarian data dengan mempelajari dokumen-dokumen yang berhubungan dengan pokok permasalahan, bisa melalui buku harian, surat pribadi, otobiografi, dokumen resmi, foto-foto, dan lain sebagainya.

Senada dengan Raco (2010 : 111) mengungkapkan dokumen berupa material tertulis yang tersimpan. Dokumen dapat berupa memorabilia atau koInformansi. Ada juga dokumen berupa audiovisual.

5. Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu cara yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasika data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2010 : 248).

Raco (2010 : 121) memberikan pendapat yang sama, bahwa analisi data berarti mengatur secara sistematis data yang diperoleh dari wawancara dan observasi, menafsirkan dan menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori atau gagasan yang baru.

Dari dua pendapat terpaparkan diatas peneliti mengambil kesimpulan bahwa metode analisis data adalah suatu cara yang digunakan untuk mengatur dan mengorganisasikan data yang didapat dari wawancara dan pengamatan secara sistematis, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapt dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola hubungan antar data, yang kemudian ditafsirkan sehingga menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori atau gagasan baru.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode perbandingan tetap, yaitu membandingkan suatu data dengan data yang lain, dan kemudian secara tetap membandingkan kategori dengan kategori yang lain, dimana secara umum metode ini meliputi reduksi data, kategorisasi, sintesisasi, dan penarikan kesimpulan. (Moleong, 2010:288)

a. Reduksi Data

Dalam Moleong (2010 : 228) Reduksi data meliputi beberapa tahap, diantaranya:

- 1) Identifikasi satuan yaitu mengidentifikasi adanya bagian terkecil yang ditemukan dalam data, yang dimungkinkan memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.
- 2) Membuat Koding yaitu membuat kode pada setiap satuan, agar data dapat ditelusuri berasal dari mana.

b. Kategorisasi

Merupakan upaya memilah-milah bagian bagian yang memiliki kesamaan yang kemudian diberi label.

c. Sintesisasi

Merupakan proses mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lainnya, yang kemudian diberi label atau nama lagi.

d. Penarikan Kesimpulan

Merupakan proses terakhir dalam analisis data, dimana semua data yang diperoleh kemudian melalui proses reduksi data, kategorisasi, dan sintesisasi, setelah itu ditarik kesimpulan untuk diujikan.

6. Metode Keabsahan Data

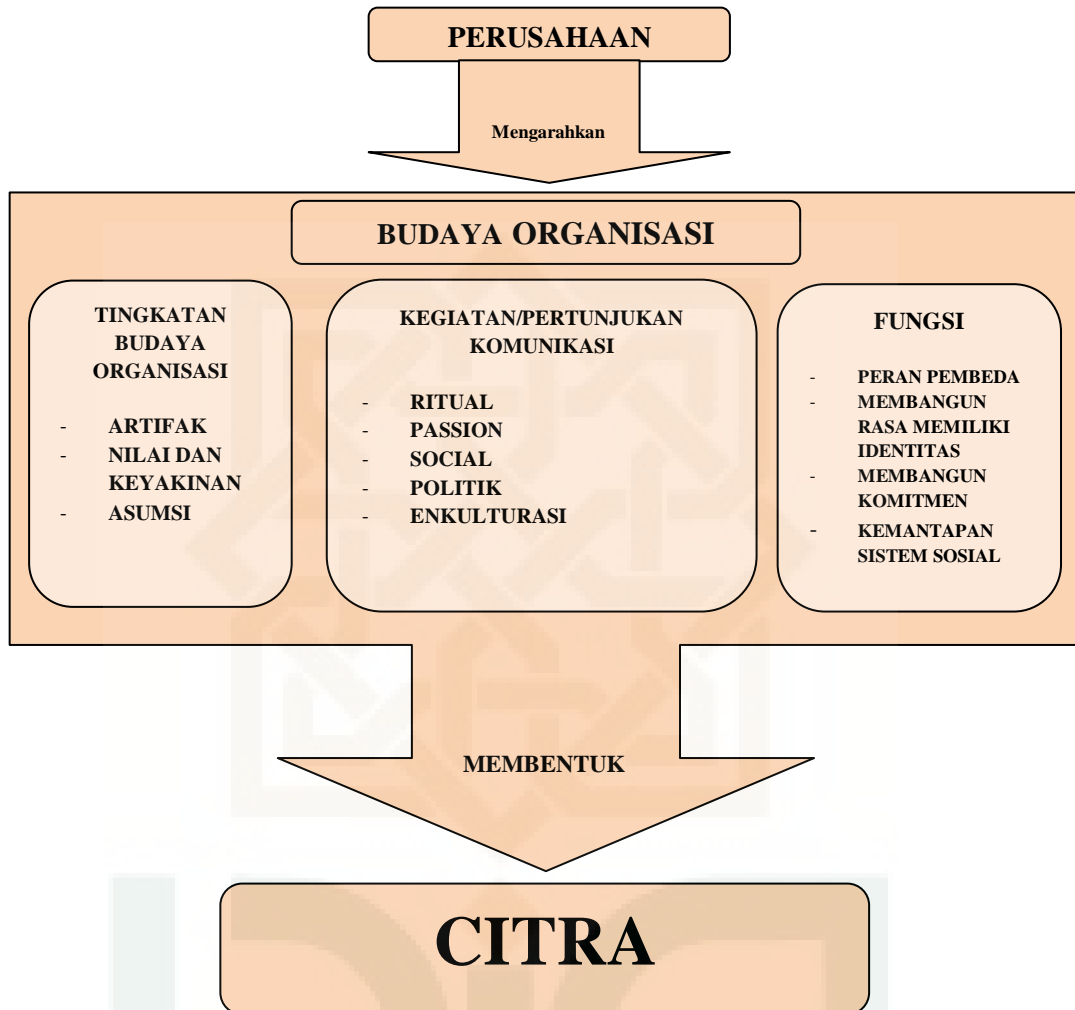
Metode keabsahan data dalam Moleong (2010:320) merupakan suatu cara menilai derajat kepercayaan hasil penelitian. Sedangkan metode keabsahan data dalam Raco (2010 : 133) adalah suatu cara menentukan akurasi dan kredibilitas hasil penelitian. Dari kedua pengertian yang dipaparkan oleh Raco dan Moleong, peneliti menyimpulkan bahwa metode keabsahan data merupakan teknik yang digunakan untuk menentukan keakuratan hasil penelitian, semakin akurat hasil penelitian, maka derajat kepercayaan dari hasil penelitian juga semakin tinggi dan dapat dipercaya.

Raco (2010 : 134) menjelaskan bahwa untuk menguji keabsahan atau validitas hasil penelitian terdapat tiga cara atau metode yaitu dengan menggunakan triangulasi, *member cheking*, dan *auditing*. Triangulasi dibedakan menjadi Triangulasi Data/Sumber, Triangulasi Metode, Triangulasi Peneliti, dan Triangulasi Teori. *Member Cheking* berarti data hasil wawancara dikonfrontasikan kembali dengan informan, informan harus membaca, mengkoreksi, atau memperkuat hasil wawancara yang dibuat oleh peneliti. Sedangkan *Auditing*

menunjukkan peranan para ahli dalam memperkuat hasil penelitian, dengan kata lain metode ini mengandalkan keterlibatan pihak luar dalam mengevaluasi atau mengkonfirmasi penelitian tersebut.

Metode yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan dalam penelitian kualitatif dengan studi deskriptif ini adalah Triangulasi Sumber Data, dimana dalam Moleong (2010 : 330) menerangkan bahwa Triangulasi Sumber Data merupakan suatu metode keabsahan data dengan mengecek dan membandingkan ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari informan yang dipilih dengan sumber yang berbeda.

H. Kerangka Pemikiran



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil pembahasan penelitian dalam skripsi ini, maka peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai budaya organisasi dalam membentuk citra perusahaan PT Taspen Kantor Cabang Yogyakarta.

Kesimpulan yang ditarik dari hasil pembahasan skripsi ini adalah budaya organisasi PT Taspen Kantor Cabang Yogyakarta bisa dikatakan memang sudah diatur sedemikian rupa untuk membantu membentuk citra perusahaan,. Hal ini dapat dilihat dari tingkatan budaya organisasi dan budaya-budaya yang menjadi pertunjukan komunikasi yang ada di dalamnya. Bagian dari tingkatan budaya organisasi yang terdiri dari artifak, nilai dan keyakinan, serta asumsi dasar di PT Taspen Kantor Cabang Yogyakarta beberapa diantaranya tertuang dalam identitas perusahaan. Identitas perusahaan yang merupakan bagian dari artifak, yang di dalamnya memiliki visi-misi perusahaan, logo perusahaan, strategi dan target mutu perusahaan. Seperti yang sudah dibahas bahwa visi-misi mengandung nilai-nilai dan keyakinan perusahaan yang memiliki profesional, akuntabel berlandaskan integritas dan etika yang tinggi, ingin menjadi perusahaan yang terpercaya, bersih, dan sehat, menjanjikan jaminan hari tua yang tenang, damai, dan tenang kepada Peserta Taspen dengan pelayanan yang sesuai dengan perkembangan zaman, Strategi dan target mutu PT Taspen yang di dalamnya mengandung nilai-nilai perusahaan yang tersurat dalam visi-misi menuntut semua pegawai yang ada di PT Taspen dapat menjalankannya dan membudayakannya menjadi asumsi dasar

perusahaan. Organisasi dan seluruh bagian yang ada di dalamnya budaya berpedoman pada nilai-nilai perusahaan, sehingga seluruh kegiatan yang dilakukan memiliki tujuan mewujudkan nilai-nilai perusahaan itu sendiri yang menjadi citra yang diharapkan dari perusahaan. Sehingga budaya-budaya organisasi seperti ritual kerja yang sesuai dengan job deskripsi, bentuk kepedulian perusahaan yang menjadi ritual organisasi, kegiatan-kegiatan olahraga, pengajian, dan peringatan hari besar agama yang dijadikan sebagai sarana penyaluran *passion* yang dimiliki anggota dan pembentukan etika dalam berhubungan dengan sesama karyawan atau masyarakat luas, serta pengajaran budaya yang ada dapat dijadikan sarana dalam membentuk citra perusahaan. Karena jika budaya organisasi yang dibentuk memiliki tujuan mewujudkan nilai-nilai perusahaan yang sudah menjadi citra yang diharapkan perusahaan, dilaksanakan dengan baik, dan apabila terwujud maka terwujud pula citra perusahaan yang diharapkan. Pemaparan diatas menunjukkan adanya kesesuaian dengan teori yang ada dan menunjukkan bahwa budaya organisasi yang ada di PT Taspen menjadi sarana pembentukan citra perusahaan.

B. Saran

Setelah kesimpulan terpaparkan diatas, peneliti hanya bisa memberikan saran mengenai hasil penelitian ini, diantaranya:

1. Kepada pembaca yang mungkin bagian dari organisasi, atau pun individu bahwasanya hasil penelitian ini mungkin masih kurang tetapi menurut saya ini cukup membantu dalam manambah wawasan, bahwasanya budaya organisasi ini juga merupakan hal yang sangat

penting dan membantu dalam membentuk atau menjaga citra perusahaan. Perusahaan atau organisasi yang memiliki budaya organisasi yang baik akan memiliki citra yang baik pula.

2. Kepada peneliti selanjutnya yang mungkin akan mengadakan penelitian dan memiliki topik yang sama mungkin bisa menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan acuan, meskipun peneliti menyadari penelitian ini dirasa masih memiliki kekurangan tetapi mungkin bisa memberikan sedikit gambaran nantinya.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Gage, M. Susan. 2006. *Seri Manajemen: Strategi Pelayanan Pelanggan*. Yogyakarta: Argo Publisher
- Hendry. 2010. *Populasi dan Sampel*. www.teorionline.wordpress.com
- Ishak Ahmad, dkk. 2011. *Public Relations dan Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Aspikom
- Jeffkins, Frank. 2004. *Public Relations*. Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga
- Kasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Grafiti
- Morrisan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Cetakan Pertama. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Moleong, J. Lexy. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cetakan Kedua Puluh Tujuh. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset
- Raco, J R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta Pusat : Grasindo
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sun'an, Ahmad. 2010. *Budaya dan Iklim Organisasi*. www.ebook-softwaregratis.blogspot.com
- Suryana. 2010. *Metodologi Penelitian: Model Praktis Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Suryadi, Didih. 2006. *Promosi Efektif: Menggugah Minat dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Tugu Publisher
- Sutrisno, Edy. 2010. *Budaya Organisasi*. Edisi Pertama. Jakarta: Kencana.
- Mulyana DS, Iman. 2003. *Citra Perusahaan*. www.e-iman.uni.cc
- Syahputra Iswandi, dkk. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Pokja UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- _____. 2012. *Survey of Communication Study / Chapter 11*. www.en.wikibooks.org
- _____. 1999. *Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan*.

Edisi Kedua. Cetakan Kedua Puluh Tiga. Jakarta: Balai Pustaka

- _____. 2013. *Laporan Tahunan BCA*. www.bca.co.id diakses 25 Mei 2015
- _____. 2013. *Laporan Tahunan 2013 PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk*.
www.telkom.co.id diakses 25 Mei 2015
- _____. 2014. *Laporan Tahunan Bank Mandiri*. www.ir.bankmandiri.co.id diakses
25 Mei 2015
- _____. 2014. *Media Taspen: Saatnya Kita Berubah*. Edisi No.98
- _____. 2014. *Media Taspen: Membangun Kebersamaan, Meningkatkan Kinerja
yang Baik*. Edisi No.99
- _____. 2014. *Media Taspen: PT Taspen (Persero) Meraih Juara III Annual
Report Award*. Edisi No.100
- _____. 2015. *Media Taspen : Mantan Presiden SBY Terima Secara Otomatis*.
Edisi No. 101

Skripsi

Riska Pratiwi. 2012. “*Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Pelayanan Kekayaan Negara dan Lelang*”. FakultasEkonomidanBisnis. Universitas Hasanudin

Prima NugrahaSinaga. 2009. “*PengaruhBudayaOrganisasi terhadap Kinerja Pegawai pada Sekretariat Daerah KabupatenDairi Sumatera Utara*”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sumatera Utara

Yoga Pratama. 2012. “*Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Pegawai pada Kantor Kecamatan Nanggung*”. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Indonesia