

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Radio Raka FM merupakan singkatan dari Radio Candrika Widya Swara, yang didirikan pada tahun 1969, dengan nama Columbia Station. Pada tahun 1983 menjadi PT Radio Candrika Widya Swara dan pada tahun 1990 disingkat menjadi Radio Raka hingga saat ini.. Dengan perjalanan yang cukup panjang radio Raka telah mengalami beberapa perubahan baik dari bidang management perusahaan ataupun secara teknis perusahaan dengan tujuan peningkatan kualitas siaran yang di suguhkan oleh radio Raka sebelumnya. Setelah mengudara selama 26 tahun, tepatnya pada tahun 1995 Radio Raka merubah jalur frekuensinya dari 882 AM menjadi 98.8 FM dengan mengikuti perkembangan radio yang ada di Bandung.

Pada tahun 2008 radio Raka 98.8 FM di kelola oleh group radio Sonora yang tergabung dalam kelompok Kompas Gramedia, yang berlokasi di gedung Graha Kompas Gramedia Lt.4 Jln. R.E Martadinata no. 46 Bandung. Dengan mengusung segmen keluarga muda yang dinamis, dengan target usia berkisar 18 hingga 29 tahun. Sementara format siaran Radio Raka adalah 70% menyajikan lagu dan 30% menyajikan informasi dan berita. Lagu-lagu yang disiarkan oleh Radio Raka adalah 70% lagu pop Indonesia dan 30% lagu pop Barat yang sedang hits dan berkualitas.



GAMBAR 1.1

LOGO RADIO RAKA & SONORA FM BANDUNG

Sumber: www.indoradiostreaming.com diakses pada tanggal 25 Agustus 2018

Radio Raka secara konsisten memainkan perannya sebagai agen perubahan, dimana fungsi media sebagai agen sosial juga tidak ditinggalkan. PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung setiap tahunnya menggelar kegiatan sosial yaitu program berbagi tajil gratis selama 30 hari di bulan Ramadhan, ditujukan bagi para musafir yang sedang berada di jalan pada saat berbuka puasa. Program ini kami jalankan bekerjasama dengan pihak 7 Jasa Marga dimana bingkisan tajil setiap harinya dibagikan di pintu tol Pasteur, pintu tol Padalarang, pintu tol Cileunyi dan beberapa jalan arteri di Kota Bandung secara bergantian.

Memberikan yang terbaik untuk warga Kota Bandung dan Jawa Barat merupakan misi dari Radio Raka, agar terus dicintai oleh pendengar. Kehadiran radio Raka semakin menyempurnakan jaringan radio Sonora yang sudah tersebar di 16 kota di Indonesia, yaitu : Sonora Jakarta, Sonora Surabaya, Sonora Semarang, Sonora Yogyakarta, Sonora Palembang, Sonora Pontianak, Sonora Bangka, Sonora Purwokerto, DB Radio Cirebon, Radio Raka Bandung, Garantung FM Palangkaraya, Ria FM Solo, Bpost Radio Banjarmasin, Serambi FM Banda Aceh, Kalimaya Bhaskara Malang, dan Bali FM.

1.1.2 Lokasi Perusahaan

PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung berada di Gedung Graha Kompas – Gramedia Lt. 4 Jl. RE Martadinata No. 46 Bandung. PT. Radio Candrika Widya Swara memiliki Sumber daya manusia kurang lebih sebanyak 30 orang karyawan yang terdiri dari masing-masing bagian dan spesifikasi tugas.

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

A. Visi Radio Raka FM

Menjadikan radio swasta Nomor satu di Kota Bandung dengan artian:

- a. Radio yang dapat menjadi acuan dan referensi dalam berbagai aspek kehidupan bagi warga Kota Bandung.
- b. Mengudarakan program-program yang beredukasi dan berkualitas.
- c. Memberikan hiburan melalui lagu-lagu pop yang berkualitas baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

B. Misi Radio Raka FM

Memberikan yang terbaik untuk warga Kota Bandung dan Jawa Barat dalam artian:

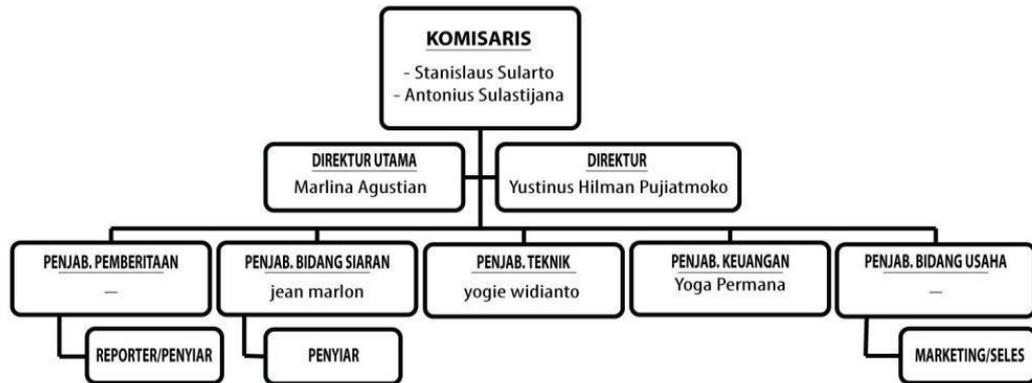
- a. Menjadi wadah untuk saling bertukar informasi dan silaturahmi bagi warga Kota Bandung.
- b. Memberikan edukasi seputar hal-hal keluarga dan kehidupan bermasyarakat melalui program-program talkshow dan informasi/tips singkat.

a. Visi dan Misi Radio Sonora FM

Visi dan Misi dari radio Sonora adalah menjadi jaringan Radio swasta terbesar, terpadu, dan paling diminati di Indonesia melalui penyediaan konten informasi dan hiburan (*Edutainment*) yang terkini, terpercaya, interaktif dan dinamis untuk menjadi acuan komunitas serta media komunikasi yang efektif bagi Produsen atau Pemasang iklan.

1.1.4 Struktur Organisasi

PT. Candrika Swara Utama (Raka FM) Bandung



Sumber : Arsip HDR Radio Raka FM, 2018

GAMBAR 1.2 STRUKTUR ORGANISASI PT. RADIO CANDRIKA WIDYA SWARA BANDUNG

Sumber : Arsip HDR Radio Raka FM, 2018

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri penyiaran global saat ini memberikan kesempatan besar bagi pelaku industri seiring dengan kenaikan jumlah pendengar radio yang bergerak serta pasar hiburan dan media yang semakin meluas. Berdasarkan hasil analisis yg dilakukan firma konsulat manajemen dan pasar (Lucintel), industri penyiaran di kawasan Asia Pasifik, diperkirakan tumbuh paling pesat selama kurun waktu 2012-2017 dibanding kawasan lain, dan Indonesia adalah salah satu negara yang diprediksi akan tumbuh pesat. Menurut Nielsen dalam survei kependengaran radio terhadap lebih dari 8,400 responden berusia 10 tahun keatas di 11 kota di Indonesia (Jakarta, Bandung, Jogjakarta, Semarang, Surakarta, Surabaya, Denpasar, Medan, Palembang, Makassar dan Banjarmasin). Kuartal ketiga tahun ini menunjukkan 57% dari total pendengar radio berasal dari Generasi Z dan Millenials atau para konsumen masa depan. Hal ini membuat peluang pasar terbuka lebih besar didalam industri radio. Maka dari itu untuk menyikapi persaingan yang semakin besar, perusahaan harus diimbangi dengan kualitas kinerja karyawannya. Dengan cara menanamkan budaya organisasi pada perusahaan melalui sosialisasi yang tepat.

Menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules (2006:31) komunikasi organisasi merupakan sebuah pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Yang terdiri dari unit-unit komunikasi didalam hubungan hierarkies antara satu dengan yang lain yang berfungsi dalam satu lingkungan organisasi.

Robbins dan Judge (2007:150) budaya organisasi merupakan sebuah sistem yang bermakna dan dianut oleh para anggota organisasi yang dapat membedakan antara organisasi tersebut dengan organisasi yang lain. Maka aspek makna tersebut merupakan alat potensial yang menuntun dan membentuk perilaku. Pembentukan budaya organisasi tidak dapat terjadi secara tiba-tiba, melainkan memerlukan sebuah proses komunikasi yang terjadi melalui interaksi-interaksi sosialisasi budaya organisasi.

Menurut Robbins dalam bukunya “Perilaku Organisasi” edisi ke sepuluh (2003:732) menjelaskan bahwa “Sosialisasi sebagai proses yang terdiri dari tiga tahap, yaitu: tahap prakedatangan, keterlibatan (*encounter*), dan metamorfosis. Pada tahap prakedatangan menjelaskan bahwa setiap individu atau karyawan sebelum bergabung kedalam organisasi melakukan pembelajaran dengan memahami

seperangkat nilai-nilai, sikap dan harapan”. Suksesnya sebuah organisasi bergantung pada sejauh mana karyawan yang bercita-cita tinggi tersebut telah mengantisipasi harapan dengan benar dan hasrat orang didalam perusahaan tersebut yang bertugas menyeleksi. Karyawan baru di PT. Radio Candrika Widya Swara dapat bersosialisasi didalam fase prakedatangan dengan cepat, karena sumber daya manusia yang dimiliki PT. Radio Candrika Widya Swara kurang lebih berjumlah 30 orang. Sehingga para karyawan dapat mengenal antar para karyawan, memahami nilai-nilai yang ada di perusahaan lebih cepat. Pada tahap sosialisasi keterlibatan, karyawan baru melihat seperti apakah organisasi itu yang sebenarnya dan menghadapi bahwa kemungkinan harapan dan kenyataan yang dicita-citakan sebelumnya dapat berbeda. Karyawan baru di PT. Radio Candrika Widya Swara mengalami fase di tahap keterlibatan dengan mengingat kembali atau *flashback* apakah cita-cita atau harapan dalam menjalani sebuah pekerjaan di perusahaan tersebut sesuai ekspektasinya atau tidak. Pada tahap terakhir yaitu tahap metamorfosis, karyawan akan merasakan bahwa perubahan yang relatif tahan lama akan terjadi. Proses dari tahap prakedatangan hingga metamorfosis itu telah selesai jika karyawan baru itu telah benar-benar merasa nyaman terhadap organisasi dan pekerjaannya. Serta telah memahami norma-norma organisasi dan menerima norma-norma tersebut dengan baik didalam perusahaannya. Pada tahap akhir ini karyawan PT. Radio Candrika Swara sudah merasa nyaman dan cocok dengan pekerjaan yang dilakukannya. Serta merasa sudah diterima oleh rekan kerjanya dan merasa yakin bahwa ia mempunyai kompetensi dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Proses dari ketiga tahap sosialisasi yaitu tahap prakedatangan, keterlibatan dan metamorfosis ini nantinya akan berdampak pada produktivitas kerja, komitmen pada tujuan organisasi, dan keputusan akhir apakah karyawan akan tetap bersana organisasi itu. Karena budaya organisasi mempengaruhi sosialisasi didalam komunikasi organisasi dimana bahwa tiap individu berperilaku mencerminkan nilai-nilai yang dianut. Para individu memiliki visi bagaimana organisasi mereka nantinya. Apakah dapat bertahan dari berbagai perubahan serta tantangan eksternal karena memiliki kekuatan budaya. Atau sebaliknya banyak organisasi yang roboh, karena tidak memiliki kekuatan budaya organisasi yang kokoh. Salah satu peran budaya organisasi yang dilakukan oleh karyawan adalah proses sosialisasi, output dari sosialisasi inilah dapat berupa hasil tingkah laku karyawan dalam melaksanakan

tugasnya dengan baik, berkomitmen, berinovasi dan bekerja sama secara spontan. Serta memiliki motivasi untuk melaksanakan tugas selanjutnya dengan lebih baik.

Menurut Sobirin, A (2007:248) menjelaskan bahwa didalam budaya organisasi terdiri dari beberapa elemen yang berbeda. Elemen memiliki karakteristik yang tersendiri meski elemen-elemen tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan. Elemen budaya organisasi terdiri dari dua elemen pokok yaitu elemen yang bersifat idealistik dan elemen *behavioral*. Masing-masing elemen membutuhkan pengetahuan tersendiri agar dapat dipahami secara utuh. Elemen *behavioral* adalah elemen yang terlihat, muncul ke permukaan dalam bentuk perilaku para karyawannya pada sehari-hari dan terdapat bentuk lain seperti desain atau arsitektur organisasi. Elemen ini mudah diamati oleh orang diluar organisasi, dengan cara mengamati bagaimana perilaku para anggota organisasi yang mereka lakukan. Elemen ini dianggap sebagai representasi dari budaya sebuah organisasi.

Pada elemen *behavioral* contohnya yaitu organisasi lebih dapat dipahami oleh mahasiswa yang melakukan kerja praktek di perusahaan tersebut. Orang dari luar tersebut dapat memahami dari bentuk praktik-pratik manajemen didalam PT. Radio Candrika Widya Swara apakah organisasinya lebih berorientasi pada proses atau hasil. Jika dalam berupa design atau arsitektur bangunan, dapat melihat bentuk bangunan kantor, logo atau cara berpakaian para karyawannya yang ada didalam PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung.

Menurut Sobirin, A (2007:152) menjelaskan bahwa “keterkaitan antara elemen idealistik dan *behavioral* adalah keduanya saling berkaitan satu sama lain untuk membentuk suatu budaya. Namun elemen *behavioral* lebih rentan terhadap perubahan didalam organisasi dibanding elemen idealistik. Karena kedua elemen tersebut bersinggungan langsung dengan lingkungan eksternal organisasi sehingga organisasinya terpaksa harus berubah.

Menurut teori Muhammad, A (2009:47) keterkaitan antara teori sistem sosial dengan teori sistem umum organisasi yang lebih spesifik pada komunikasi organisasi menjelaskan bahwa “organisasi sebagai suatu set bagian-bagian yang kompleks dan saling berhubungan serta berinteraksi untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan yang selalu berubah agar dapat mencapai tujuan. Terdapat proses *input* dari lingkungan organisasi yang akan diproses dan menghasilkan *output*. Adanya proses *mediating* dari interaksi bagian-bagian sistem dan diantara sistem dengan

lingkungannya membawa organisasi untuk dapat menciptakan *output* yang lebih dan informasi sebagai *input*. Dengan cara bekerja sama antara anggota organisasi untuk dapat mencapai tujuan perusahaan. Kemampuan para anggota organisasinya bertujuan untuk membentuk bermacam-macam aktivitas untuk mencapai tujuan dan penyesuaian aktivitas dari masing-masing personal dan penggunaan sumber organisasi secara fleksibel”. Pada PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung, kegiatan interaksi didalam sosialisasi organisasi dilakukan dengan cara bekerja sama antar anggota untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Para anggota belajar untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya pada perubahan-perubahan yang terjadi didalam organisasinya. Agar seluruh sumber daya manusia yang tersedia dapat menjalankan tugasnya pada dua radio yaitu Raka FM dan Sonora FM sesuai dengan tujuan.

Budaya organisasi menarik untuk diteliti karena budaya organisasi merupakan peranan utama yang penting pada suatu organisasi, yang mana perilaku-perilaku tiap anggota mencerminkan nilai-nilai yang dianut. Para anggota bersatu dalam visi dan misi perusahaan untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan organisasi. Terlebih dari budaya organisasi pada perusahaan radio yaitu pada PT. Radio Candrika Widya Swara terlihat berbeda pada perusahaan atau birokrasi lain yang terlihat lebih formal dan otoriter dalam menganut budaya organisasi. Karyawan lebih fleksibel dalam bekerja seperti pada waktu, kegiatan yang dilakukan dengan berbagai klien baik didalam studio radio maupun diluar kantor PT. Radio Candrika Widya Swara. Karena tujuan utamanya untuk menghasilkan *ouput* dari visi dan misi yang telah ditetapkan, dengan bantuan kerja sama antara para karyawan untuk dapat mencapai tujuan organisasi.

PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung atau Raka FM dipilih untuk menjadi objek penelitian karena Raka FM pernah menempati peringkat pertama menurut survei Nielsen *Media Research Wave* pada tahun 2010, dan radio Raka adalah radio yang paling lama didengarkan oleh pendengar (*stay tuned*) yaitu 8 menit 32 detik menempati peringkat pertama pada kategori *Time Spent Listen* (TSL) menurut Nielsen *Media Research*.

Selain untuk mencapai tujuan organisasi, dari penelitian ini untuk melihat apakah para anggota organisasi dapat bertahan dari perubahan serta tantangan internal dan eksternal karena memiliki kekuatan budaya. Atau bahkan sebaliknya,

tidak sedikit organisasi yang roboh karena tidak memiliki pondasi budaya organisasi yang kuat. Salah satu peran untuk menciptakan kekuatan budaya organisasi yaitu dengan melakukan sosialisasi yang terdiri dari interaksi antara anggota. Tujuan dari sosialisasi inilah yang menghasilkan tingkah laku karyawan dalam melaksanakan tugasnya, komitmennya, dalam menciptakan inovasi dan bekerja sama secara spontan serta memiliki motivasi untuk melaksanakan pekerjaan untuk sekarang dan selanjutnya dengan lebih baik.

Maka, Peneliti akan mencoba melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Tahapan Sosialisasi Terhadap Budaya Organisasi Pada Karyawan PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung”**

1.3 Rumusan Masalah

Topik pembahasan masalah dalam penulisan skripsi ini adalah tahapan sosialisasi terhadap budaya organisasi pada karyawan PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung. berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut :

- a. Bagaimana pengaruh sosialisasi organisasi terhadap budaya organisasi pada karyawan PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh sosialisasi organisasi terhadap budaya organisasi pada karyawan PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari kegiatan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian-penelitian kuantitatif tentang kajian budaya organisasi dan komunikasi organisasi.

2. Manfaat Praktis

Diperolehnya informasi bagi pihak PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung mengenai kegiatan sosialisasi yang dilakukan karyawannya, yang nantinya hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pengembangan dalam meningkatkan kinerja karyawan.

1.6 Waktu dan Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung yang bertempat di Gedung Graha Kompas – Gramedia Lt. 4 Jl. RE Martadinata No. 46. Bandung pada sekitar bulan Oktober hingga Desember 2018. Meneliti tentang Pengaruh Tahapan Sosialisasi Terhadap Budaya Organisasi pada Karyawan PT. Radio Candrika Widya Swara Bandung menggunakan metode penelitian Kuantitatif.