

Budaya organisasi perusahaan periklanan global studi pada: john walter thompson adforce (kekuatan, kecocokan secara strategis dan keadaptifan)

Pranti Sayekti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=74726&lokasi=lokal>

Abstrak

Budaya organisasi adalah seperangkat asumsi, nilai-nilai, falsafah, norma, tradisi atau kebiasaan dan keyakinan bersama menjadi pedoman berpikir, berperilaku dan bertindak seluruh anggota organisasi dalam mencapai tujuan tertentu serta memecahkan masalah adaptasi eksternal dan interaksi internal (Deal dan Kennedy, 1982; Senge, 1990; Hofstede, 1991; Schein, 1992; Robbins, 1994). Budaya organisasi merupakan produk dari interaksi antara fungsi-fungsi manajerial yaitu perilaku, struktur, dan proses organisasi dan dengan lingkungan yang lebih luas dimana organisasi itu berada. Budaya yang hidup dalam setiap organisasi mencerminkan keadaan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan kegiatan pengendalian manajerial. Dalam beberapa kenyataan menunjukkan bahwa budaya organisasi mempunyai peran signifikan terhadap kinerja perusahaan terutama yang bergerak di bidang jasa periklanan seperti JWT AdForce. Namun yang menjadi permasalahan pokok di sini adalah apakah JWT AdForce memiliki budaya yang kuat, budaya yang secara strategis cocok dan budaya yang adaptif?

Teori yang penulis gunakan sebagai landasan awal penelitian ini adalah menggunakan tiga pendekatan budaya organisasi yaitu teori I, teori II, teori III (Kotter dan Heskett). Teori ini memfokuskan pada pengaruh budaya organisasi terhadap kinerja perusahaan yang terefleksi dalam perilaku organisasi, struktur organisasi dan proses organisasi.

Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif, karena penulis ingin mendeskripsikan tentang bagaimana budaya organisasi JWT AdForce sebagai sebuah perusahaan periklanan global yang berkinerja solid, mendeskripsikan tentang bagaimana karakteristik budayanya dan bagaimana hubungan sosial diantara anggota organisasi mampu memberikan dorongan kepada karyawan untuk melakukan suatu hubungan kerja. Temuan lapangan menunjukkan bahwa ada dua bentuk hubungan yang terjadi dalam manajemen yaitu hubungan kerja dan hubungan non kerja (hubungan sosial). Kedua pola hubungan ini sangat berbeda namun hubungan sosial mampu memberikan dorongan kepada para karyawan dalam melakukan suatu hubungan kerja. Hubungan sosial yang terjalin dengan baik ini akan mampu menciptakan suasana kerja yang kondusif. Dengan demikian hubungan sosial tidak dapat terlepas dari hubungan kerja antar anggota organisasi, tanpa adanya hubungan sosial yang terjalin secara baik dapat mengganggu kekompakan para karyawan dalam bekerja, masing-masing karyawan akan cenderung lebih bersifat individual sehingga akan berpengaruh pada kekuatan tim work dalam bekerja.

Kesimpulan didasarkan atas hasil analisis pada budaya organisasi JWT AdForce yang terefleksi pada perilaku organisasi, struktur organisasi dan proses organisasi dengan menggunakan data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui teknik observasi partisipatif, dan dengan metode wawancara tak berstruktur, wawancara mendalam, data statistik, media masa yang mempunyai keterkaitan, dokumentasi

yang relevan, literatur dan hasil penelitian yang terkait. Untuk mendapatkan data yang valid, peneliti menggunakan triangulasi dan pendekatan emik-etik. Analisis didasarkan pada reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan yang kemudian disusun menjadi laporan penelitian berdasarkan pemahaman antara peneliti dan subjek yang diteliti.

Temuan lapangan menghasilkan implikasi teoritik terhadap teori yang peneliti gunakan. Kondisi budaya JWT AdForce relevan dengan teori budaya organisasi Kotter dan Haskell, hal ini dapat dijelaskan dari sifat karakteristik budaya yang dimiliki JWT AdForce, pertama, 3WT AdForce memiliki budaya yang kuat karena adanya konsistensi anggota organisasi dalam menganut nilai-nilai yang ada dalam manajemen. Nilai-nilai tersebut dihayati dan dirasakan secara luas oleh semua anggota organisasi dan memberikan tekanan kuat untuk diikuti oleh anggota organisasinya.

Budaya yang dimiliki oleh JWT AdForce mampu menyelaraskan dan memotivasi karyawan untuk bekerja lebih unggul. Kedua, karakteristik budaya JWT AdForce relevan dengan teori kedua Kotter dan Haskell bahwa JWT AdForce memiliki budaya yang secara strategis cocok. Budaya JWT AdForce berhasil memperoleh kecocokan strategi baik secara internal (memiliki strategi yang cocok untuk diterapkan dalam tubuh organisasi) maupun eksternal (strategi yang diterapkan mampu memberikan peningkatan kinerja perusahaan).

Ketiga, teori budaya organisasi III Kotter dan Heskett relevan untuk memahami keadaptifan budaya 3WT AdForce, dimana dalam budaya yang adaptif para pimpinan sangat mementingkan konstituensi kunci yakni pelanggan, pemegang saham dan karyawan. Hal ini juga tercermin dalam budaya yang dimiliki JWT AdForce. Selain para pimpinan peduli terhadap konstituensi kuncinya juga sangat menghargai orang dan proses dalam menciptakan perubahan yang bermanfaat dan para pimpinan juga memberikan perhatian secara cermat kepada mereka terutama kepada pelanggan dan melakukan perubahan jika diperlukan walaupun harus mengambil resiko.