HUBUNGAN ANTARA BUDAYA PERUSAHAAN DENGAN KREATIVITAS PADA KARYAWAN TVRI JOGJA

SKRIPSI

Disusun Oleh:

AININ SINTA MUTHMAINAH

M2A002004

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

JUNI 2007

HUBUNGAN ANTARA BUDAYA PERUSAHAAN DENGAN KREATIVITAS PADA KARYAWAN TVRI JOGJA

Diajukan Kepada Program Studi Psikologi
Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro untuk
Memenuhi sebagai syarat mencapai derajad Sarjana Psikologi

SKRIPSI

Disusun Oleh:

AININ SINTA MUTHMAINAH

M2A002004

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG

JUNI 2007

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi

Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro Untuk

Memenuhi Sebagian Syarat Guna Mencapai Derajad Sarjana Psikologi

Pada tanggal

_____

Mengesahkan

Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran

Universitas Diponegoro

Drs. Karyono, M.Si

Dewan Penguji:	Tanda Tangan
1. Drs. Zaenal Abidin, M.Si	_____
2. Harlina Nurtjahjanti, S.Psi, M.Si	_____
3. Tri Rejeki Andayani, S.Psi, M.Si	_____

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya sederhana ini untuk:

Mama dan Bapak tercinta

Kakak-kakakku: Mas Dedy & Mbak Ria, Mas Baru & Kak Ien,

Mas Agung, Mbak Phen

Yang menyayangiku dengan sepenuh hati
Juga Keponakanku tersayang: Mphi & Ipan

Semoga Allah mempersatukan kita dalam cinta dan ridho-Nya

Amin

MOTTO

Amugo ga kireta nara
Even if cuts the rain & clouds
Nureta michi kagayaku
The wet roads shine
Yami dake ga oshiete kureru
Only the dark will teach
Tsuyoi tsuyoi hikari
A stronger & stronger ligth
Tsuyoku ma he susume
Be strong, go forward, move ahead
-K-
-Only human-

arata na sekai no iriguchi ni tachi
kidzuita koto wa hitori ja nai tte koto

standing at the door to a new world,
what I realized is that I'm not alone

hitomi wo tojireba anata ga
mabuta no ura ni iru koto de

if I close my eyes,
I see you behind my eyelids

dore hodo tsuyoku nareta deshou
anata ni totte watashi mo sou de aritai…

isn't that what made me stronger?
I, too, want to be like that for you…

-Remioromen-
-March 9th-

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis merasa bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materiil. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. Karyono, M.Si., selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro.
2. Harlina Nurtjahjanti, S.Psi., M.Si., selaku dosen pembimbing utama yang telah banyak memberikan perhatian, dorongan, bimbingan, dan arahan yang sangat dibutuhkan selama menulis skripsi ini.
3. Prasetyo Budi Widodo, S.Psi., M.Si., selaku pembimbing pendamping yang telah banyak memberikan perhatian, dorongan, bimbingan, dan arahan yang sangat berarti dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dra. Hastaning Sakti, M.Kes., selaku dosen wali yang telah memberikan perhatian dan dorongan sejak awal studi penulis di Program Studi Psikologi sampai terselesainya skripsi ini.
5. Seluruh staf pengajar Program Studi Psikologi yang telah memberikan bekal ilmu dan pengetahuan tentang psikologi.
6. Drs. Tribowo Kriswinarso, selaku Kepala Stasiun TVRI Jogja, yang telah berkenan memberi ijin pada penulis untuk melakukan penelitian ini.

7. Bpk. Bambang Hardono, selaku Kepala Bidang Umum & SDM TVRI Jogja, yang telah berkenan memberikan arahan penulis dalam mencari informasi.
8. Pak Sakti, selaku PR TVRI Jogja, yang telah memberikan bantuan dalam hal administrasi di TVRI Jogja. *Matur nuwun sanget pak*..
9. Seluruh staf tata usaha, Pak Khambali atas info beasiswanya, Mbak Nur, Bu Saksi atas obrolan dan semangat selama menunggu antrian bimbingan skripsi, Pak Markam, Mas Muh, Mas Tarto, Mas Danang, dan Pak Asep yang telah membantu kelancaran studi penulis. Mbak Lis dan Mas Nur atas pelayanan perpustakaan, serta seluruh karyawan program Studi Psikologi Undip.
10. Bapak dan Mama tercinta, untuk semua doa yang tidak pernah lelah mengalir, nasehat yang tidak pernah terputus, bimbingan, dorongan, pengertian dan kasih sayang, serta pengorbanan yang tidak akan pernah berakhir. *Maaf, baru bisa menyelesaikan skripsi sekarang*.
11. Kakak-kakakku: Mas Dedy (*u are my inspiration for my skripsi*) & Mbak Ria, Mas Baru & Mbak Ien (makasih sudah jadi tempat curhat dhe^2), Mas Agung (makasih pulsanya ya..), Mbak Phen (makasih sgala bantuan & perhatian, *u'r my best sist'*), atas pengertian kebersamaan dan dorongan semangatnya. *I'm so happy to be a part of this familly.*
12. Gank-8 Ami, Ardh, Susan, Fay, Lin, Lisa, dan Riri atas hari-hari yang penuh warna selama kita bersama di bangku kuliah ini. *Akhirnya ai nyusul kalian! Yok kumpul-kumpul, makan-makan dan foto-foto lagi! I miss u guy's.*
13. Vidya, yang tetap tinggal disampingku saat sedang nggak *mood,* sehingga bersedia jadi sasaran 'amukanku' ketika sedang mentok. *Doumo Arigatou Vie.*

Eien Manga & Anime ya. Ganbatte ne skripsine!! Tsuyoku ma he susume! Jo & Virgan terima kasih atas info program komputer dan pembasmian virusnya. Susi dan Ma'e, *thx y..kapan qt nonton pilm lagi nih.*

14. Teman-teman sebimbingan dan seperjuangan: Masayu, Septi Dwi dan Sari'03; atas semangat dan informasi. Eni atas pencerahan yang nggak henti-hentinya diarahkan..*sorry ngrepotin terus ya.*
15. Anak-anak kos "Pondok Wek-q 135": Lin (*nyok cari kerja!!),* Ida gede (moga penelitiannya sukses ya nduk*),* Ida cilik (jaga kos baek2 ya Dacil), Mbak Dewi, Mbak Desi, Lia, Fivi, Umi, dan Lika; bersama kalian suasana kos tidak membosankan dan berasa nano-nano. *Kapan lagi kita 'usung-usung' air ya...*
16. Semua teman-teman psikologi angkatan '02 Abaz, Ari, Septi Meli, Ajeng, Rani, Dahlia, serta teman-teman lain seperjuangan yang tidak disebutkan satu persatu, yang selalu siap membantu.
17. Sobatku dari namche Jogja: Erna, Ita, Cuzty, & Odi *Qt lulus bareng nih* ^.^ juga Agustin dan Dian. Walaupun kuliah kita beda tapi kita tetap berteman, semoga kita tetap bersama sampai tua. *I feel enjoy with u guys.*
18. Mbak Noel, Tami, Tante Jaz, Angie *atas spirit & doanya.* Mbak Nurrul & Ajeng *thx for everything*
19. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis menghaturkan banyak terima kasih atas semua bantuan yang diberikan. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat-lipat. Amin.

Semarang, Juni 2007

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul i

Halaman Pengesahan ii

Halaman Persembahan iii

Motto iv

Kata Pengantar v

Daftar Isi viii

Daftar Tabel ix

Daftar Gambar x

Daftar Lampiran xi

Abstrak xii

BAB I. PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 16

C. Tujuan Penelitian. 17

D. Manfaat Penelitian 17

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA 18

A. Kreativitas 18

1. Pengertian Kreativitas 18

2. Aspek-aspek Kreativitas 20

3. Jenis-jenis Kreativitas 22

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas..... 24

B. Budaya Perusahaan..... 28

1. Pengertian Budaya Perusahaan 28

2. Televisi sebagai bagian dari Media Massa 30

3. Karakteristik Budaya Perusahaan 32

4. Fungsi Budaya Perusahaan 35

5. Pembentukan Budaya Perusahaan..... 37

6. Kekuatan Budaya Perusahaan..... 40

C. Hubungan antara Budaya Perusahaan dengan Kreativitas 43

D. Hipotesis..... 51

BAB III. METODE PENELITIAN 52

A. Identifikasi Variabel..... 52

B. Definisi Operasional..... 52

C. Populasi dan Sampel 53

D. Metode Pengumpulan Data..... 54

E. Daya Beda Aitem, Reliabilitas, dan Validitas..... 56

1. Daya Beda Aitem 56

2. Reliabilitas 57

3. Validitas 57

F. Analisis Data 57

BAB IV. PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN..... 59

A. Prosedur Pelaksanaan Penelitian..... 59

1. Orientasi Kancah penelitian 59

2. Persiapan Penelitian 64
a. Persiapan Administrasi..... 62
b. Persiapan Instrumen Penelitian 63
3. Pelaksanaan Penelitian..... 68
B. Sampel Penelitian..... 68
C. Hasil Analisis Data dan Interpretasi..... 69
1. Uji Asumsi 69
a. Uji Normalitas..... 69
b. Uji Linearitas..... 70
2. Uji Hipotesis 70
3. Diskripsi Subjek Penelitian..... 73
BAB V. PENUTUP..... 75
A. Pembahasan..... 75
B. Simpulan 87
C. Saran..... 88
DAFTAR PUSTAKA..... 90
LAMPIRAN-LAMPIRAN 94

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 *Blue print* Skala Kreativitas 55

Tabel 3.2 Distribusi Aitem Skala Kreativitas 55

Tabel 3.3 *Blue print* Skala Budaya Perusahaan 55

Tabel 3.4 Distribusi Aitem Skala Budaya Perusahaan..... 56

Tabel 4.1 Jumlah Karyawan TVRI Jogja..... 64

Tabel 4.2 Indeks Daya Beda dan Reliabilitas Skala Kreativitas..... 65

Tabel 4.3 Sebaran Butir Aitem Valid dan Gugur Skala Kreativitas 66

Tabel 4.4 Sebaran Aitem Skala Kreativitas Untuk Penelitian 66

Tabel 4.5 Indeks Daya Beda dan Reliabilitas Skala Budaya Perusahaan..... 67

Tabel 4.6 Sebaran Butir Aitem Valid dan Gugur Skala Budaya Perusahaan 67

Tabel 4.7 Sebaran Aitem Skala Budaya Perusahaan Untuk Penelitian 68

Tabel 4.8 Uji normalitas..... 69

Tabel 4.9 Uji Linearitas Kreativitas dan Budaya Perusahaan..... 70

Tabel 4.10 Deskripsi Statistil Penelitian..... 71

Tabel 4.11 Rangkuman Analisis Regresi Sederhana Variabel-variabel Penelitian..... 71

Tabel 4.12 Koefisien Persamaan Garis Regresi..... 72

Tabel 4.13 Koefisien Determinasi Penelitian..... 72

Tabel 4.14 Gambaran Umum Skor Variabel-variabel Penelitian 73

Tabel 4.15 Kondisi Empirik Kreativitas 74

Tabel 4.16 Kondisi Empirik Budaya Perusahaan 74

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 **:** Proses Terbentuknya Budaya Organisasi. 37

GAMBAR 2 **:** Suatu Model Sosialisasi. 38

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	**:**	Skala Uji Coba.	94
LAMPIRAN B	**:**	Uji daya beda dan reliabilitas Skala Budaya Perusahaan.	96
LAMPIRAN C	**:**	Sebaran Data Skala Budaya Perusahaan Hasil Uji Coba Penelitian	102
LAMPIRAN D	**:**	Uji daya beda dan reliabilitas Skala Kreativitas.	105
LAMPIRAN E	**:**	.Sebaran Data Skala Kreativitas Hasil Uji Coba Penelitian.	110
LAMPIRAN F	**:**	Skala Penelitian	113
LAMPIRAN G	**:**	Sebaran Data Skala Budaya Perusahaan..	115
LAMPIRAN H	**:**	Sebaran Data Skala Kreativitas.	118
LAMPIRAN I	**:**	Uji Normalitas dan Lineritas Sebaran Data.	121
LAMPIRAN J	**:**	Uji Hipotesis	124
LAMPIRAN K	**:**	Daftar Subjek Penelitian.	128
LAMPIRAN L	**:**	Hasil Wawancara	132
LAMPIRAN M	**:**	Struktur Organisasi TVRI Jogja.	136
LAMPIRAN N	**:**	Surat Izin Penelitian.	138

HUBUNGAN ANTARA BUDAYA PERUSAHAAN DENGAN KREATIVITAS PADA KARYAWAN TVRI JOGJA

Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:
Ainin Sinta Muthmainah
M2A 002 004

ABSTRAK

Media televisi merupakan media yang tidak asing lagi bagi semua orang bahkan televisi menjadi candu baru bagi masyarakat saat ini. TVRI mulai berdiri sejak tahun 1962 terus berkembang hingga saat ini. TVRI Jogja sebagai salah satu televisi regional di Indonesia meruapakan televisi terbaik di Indonesia dengan *rating* 4,9 menurut AC Nielson pada April 2006. Selain itu berbagai penghargaan telah diraih TVRI Jogja sejak berdirinya pada tahun 1965. Hal ini tentu diperlukan suatu kreativitas dari karyawannya agar TVRI Jogja untuk memproduksi acara yang menarik namun tetap mendidik. Pada sebuah media massa yang memiliki karakteristik komunikatornya sebagai *collective communication* maka sebuah produksi acara dikerjakan bersama-sama. Karena itu, TVRI Jogja sebagai salah satu media massa harus memiliki budaya perusahaan yang kuat agar lingkungan menjadi lahan subur bagi pertumbuhan kreativitas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara budaya perusahaan dengan kreativitas pada karyawan TVRI Jogja. Populasi dalam penelitian adalah karyawan bidang program, berita, dan teknik ini sebanyak 92 karyawan dengan sampel penelitian sebanyak 74 dengan menggunakan teknik sampling *proporpionate random*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan Skala Budaya Perusahaan yang terdiri dari 31 aitem valid (α=0,850) dan Skala Kreativitas dengan 25 aitem valid (α=0,834).

Analisis data dengan menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan korelasi r_{xy} = 0,540 dengan tingkat signifikansi korelasi sebesar p = 0,000 (p<0,05). Tanda positif pada angka 0,540 mengindikasikan arah hubungan yang positif, yaitu semakin kuat budaya perusahaan maka kreativitas semakin tinggi, dan sebaliknya semakin lemah budaya perusahaan maka kreativitasnya akan semakin rendah. Sumbangan efektif budaya perusahaan pada kreativitas pada karyawan TVRI Jogja sebesar 29,2%, sedangkan sisanya sebesar 70,8 % ditentukan oleh faktor lainnya.

Kata kunci : Budaya perusahaan, Kreativitas, karyawan TVRI Jogja

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Televisi di Indonesia semakin semarak, bukan saja jumlah stasiun penyiarannya yang semakin banyak tetapi juga acara siarannya semakin menarik, sehingga khalayak penonton memungkinkan untuk memilih acara siaran yang dipancarkan dari berbagai stasiun penyiaran baik dari dalam maupun luar negeri. Televisi sebagai produk teknologi maju berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi itu sendiri dan telah menyentuh kepentingan umat manusia, hal itu tidak bisa dipungkiri lagi yang disebabkan oleh kekuatan yang dimiliki oleh televisi sebagai alat dan yang merupakan salah satu bagian dari sistem yang besar, sehingga mampu menciptakan daya rangsang yang sangat tinggi didalam mempengaruhi sikap, tingkah laku, dan pola pikir khalayaknya, dimana menyebabkan banyak sekali perubahan yang terjadi dalam masyarakat.

Saat ini persaingan televisi di Indonesia semakin tinggi, dengan bertambahnya stasiun televisi swasta yang kian berkembang mulai dari stasiun televisi swasta nasional sampai dengan lokal. Stasiun swasta ini banyak menayangkan berbagai program seperti pencarian bakat lewat SMS, drama komedi, variety show, sampai kuis berhadiah miliaran rupiah boleh datang silih berganti, tetapi hasil survei AGB Nielsen (2006) menunjukkan pada umumnya sinetron tetap menempati peringkat teratas 10 acara yang paling ditonton pemirsa (http://www.kompas.com/kompas-cetak/0612/24/hiburan/3196227.htm).

Semua stasiun tersebut mulanya memiliki ciri-ciri masing-masing yang berbeda dengan stasiun televisi yang lain. Namun, dewasa ini terdapat fenomena semua tayangan televisi menayangkan tayangan yang serupa secara serentak. Pola pikirnya adalah, jika suatu program di suatu acara televisi memperoleh rating yang tinggi dari lembaga riset, maka stasiun televisi lain akan berlomba-lomba untuk membuat program serupa dengan harapan kebagian kue iklan. Semua dilakukan tanpa memperhatikan kualitas acara yang ditayangkan.

Sementara televisi swasta berlomba-lomba untuk mendapatkan rating tertinggi dengan menayangkan program-program yang serupa TVRI masih dengan tujuan awalnya yaitu televisi pilihan yang berakar budaya. Berbeda dengan televisi swasta yang hanya bertujuan untuk meraih profit. Melalui Kepres RI No. 215 tahun 1963 maka dibentuklah yayasan tersendiri dengan nama Yayasan Televisi Republik Indonesia. Penyesuaian pada tahun 1968 dilantik Direktorat Jendral Radio, Televisi dan Film Departemen Penerangan RI.

Perluasan jangkauan TVRI terus ditingkatkan guna menggali, mengangkat serta mengembangkan potensi dari suatu daerah. Oleh karena itu pemerintah mengeluarkn kebijakan untuk mendirikan stasiun penyiaran daerah di beberapa wilayah di Indonesia dalam kurun waktu 1962 sampai dengan 1999, yakni TVRI Jakarta (1962), TVRI Yogyakarta (1965), TVRI Medan (1970), TVRI Ujung Pandang (1972), TVRI Banda Aceh (1973), TVRI Palembang (1974), TVRI Denpasar (1978), TVRI Surabaya (1978), TVRI Manado (1978), TVRI Bandung (1987), TVRI Samarinda (1993), TVRI Ambon (1993), TVRI Semarang (1996), dan TVRI Padang (1997).

Pada tanggal 24 Agustus 2006 telah disahkan TVRI sebagai lembaga penyiaran publik sesuai amanah undang-undang penyiaran nomor 32 tahun 2002. Berdasarkan pasal 4 PP. No.13 Th.2005 TVRI sebagai televisi publik memiliki tugas yaitu memberikan pelayanan informas, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Melalui program-program yang sarat dengan budaya TVRI berusaha menyuguhkan tayangan yang berkualitas tidak hanya sekedar mengekor program stasiun lain yang telah mendapatkan *rating share* yang tinggi. Hal ini diikuti pula oleh TVRI daerah yang mulai didirikan sejak tahun 1965 dengan berpusat pada TVRI pusat di Jakarta. Berbekal dengan visi dan misi yang sama dengan TVRI pusat, TVRI daerah mulai siaran dengan menonjolkan berbagai ciri khas yang berbeda-beda sesuai dengan daerahnya.

Namun dengan adanya otonomi pada diri TVRI juga memberi pengaruh pada menurunnya tingkat penerimaan keuangan dalam TVRI, mengingat TVRI sudah tidak memperoleh subsidi biaya operasional dari pemerintah. Dengan demikian TVRI daerah mulai memikirkan kelangsungan hidup TVRI di daerah-daerah karena terdapat peraturan mengenai tayangan iklan sebesar 15% dari total tayangan acara TVRI. Melalui tujuan utama demi kepentingan umum TVRI harus memberikan tayangan yang menarik, mendidik dan menghibur. Karena itu diperlukan karyawan-karyawan yang handal dalam memproduksi acara-acara televisi walaupun dengan dukungan peralatan yang terbatas.

TVRI Jogja adalah stasiun televisi regional milik TVRI yang merupakan stasiun daerah pertama di Indonesia, didirikan pada tahun 1965. Pertama berdiri di Yogyakarta berlokasi di Jalan Hayam Wuruk, tepatnya saat TVRI Jogja dipimpin oleh Kepala Stasiun yang pertama yakni IR. Dewabrata (http://id.wikipedia.org/ wiki/TVRI_Yogyakarta).

Berbeda dengan daerah lain Yogyakarta**,** merupakan salah satu propinsi di Indonesia yang mempunyai status Daerah Istimewa (DI). Status ini berkaitan erat dengan sejarah berdirinya propinsi ini pada tahun 1945, dimana propinsi ini merupakan penggabungan wilayah Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat dan Kadipaten Pakualaman, yang menyatakan bergabung dengan pemerintahan Republik Indonesia. Selain sebagai daerah istimewa, Yogyakarta juga mempunyai predikat lain seperti Kota Pendidikan, Kota Budaya, Daerah Tujuan Wisata Utama, Pusat Pelayanan Perdagangan dan Transportasi Regional serta sebagai Pusat Pengembangan Industri Kecil. Hal ini tentu memberi sumbangan yang besar bagi dunia *broadcasting* di Yogyakarta khususnya TVRI Jogja.

Setelah TVRI Nasional menjadikan Riset Media AC Nielsen untuk memonitor siarannya, maka TVRI D.I. Yogyakarta menjadi salah satu stasiun televisi yang menjadi obyek risetnya diantara berbagai stasiun TVRI Lainnya. Berdasarkan hasil riset AC Nielsen, TVRI Jogja memperoleh angka *rating* tertinggi dibanding TVRI se-Indonesia yaitu tercatat adalah 4,9 point pada April 2006 (http://www.tvrijogja.co.id/) dari 23 stasiun TVRI daerah seluruh Indonesia. Hasil ini mengindilasi bahwa dalam waktu tertentu TVRI Jogja mendapatkan 4,9 point dari seluruh populasi pemirsa di Jogja yang berjumlah populasi 3.107.919

jiwa dengan luas jangkauan area 3142 km^2. Rating berada pada rentang 0 sampai dengan 100. Menurut Yanti Nisro (Panjaitan, 2006, h. 83), *Director Operation and Communication AC Nielsen,* angka sebuah *rating* itu relatif, tergantung waktu pengambilan data. Misalnya angka *rating* tersebut itu lima, jika tidak dalam program *prime time* atau pada waktu malam hari, maka angka tersebut termasuk tinggi. Namun, jika saat waktu *prime time*, maka angka tersebut termasuk rendah karena waktu *prime time* diasumsikan banyak orang yang menonton televisi daripada waktu tengah malam.

Hasil ini tentunya tidak sekedar bermakna secara stastistik, namun lebih jauh dari itu yakni menunjukkan tingkat keseriusan pecinta TVRI Jogja untuk ikut *nguri-nguri* budaya bangsa yang menjadi modal dasar materi siaran TVRI Jogja. Bagi karyawan TVRI Jogja sendiri hasil riset AC Nielsen itu menjadi motivasi untuk tetap bersemangat memproduksi acara bermutu.

TVRI Jogja merupakan TVRI daerah terbaik diseluruh Indonesia, dengan program-program pilihan yang mendapat tempat khusus dihati masyarakatnya. TVRI Jogja dapat mandiri dibanding dengan beberapa TVRI daerah lain yang sudah tertinggal jauh bahkan terdapat beberapa TVRI yang kondisinya sangat memprihatinkan. TVRI Medan dan Padang misalnya, mereka kekurangan dalam segi finansial sehingga biaya operasi tidak mencukupi untuk melakukan sebuah produksi. Setiap harinya TVRI Medan dan Padang hanya melakukan operasi 2-3 jam (http://www.sinarharapan.co.id/berita/0303/05/sh04.html).

Jangkauan siaran TVRI Jogja cukup luas bahkan keluar dari Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri yaitu meliputi seluruh propinsi DIY dan sebagian

wilayah propinsi Jawa Tengah, yakni Kabupaten Magelang, kota Magelang, Wonosobo, sebagian Klaten, sebagian Purworejo, sebagian Karanganyar. Acara-acara stasiun televisi ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat Jawa Tengah yang tercakup dalam jangkauan siaran TVRI Jogja. Oleh karenanya desain program TVRI Jogja tidak mengenal istilah *prime time*. Program acara yang diproduksi oleh TVRI Jogja disebut dengan pola harian. Pola acara harian disusun berdasarkan pola acara dari TVRI Pusat Jakarta. Hal ini berarti pola acara tahunan TVRI Jogja merupakan kombinasi antara pola acara pusat dengan daerah.

Pola siaran TVRI Jogja dimulai pada pukul 14.00 WIB dan berakhir pada pukul 23.00 WIB. Beragam acara yang ditayangkan oleh TVRI Jogja antara lain Berita Jogja, Bugar, Ceplas ceplos, Harmoni, Karaoke on TV, Obrolan Angkring, Plengkung Gading, Pangkur Jenggleng, dan sebagainya. Berdasarkan hasil jajak pendapat yang dilakukan oleh TVRI Jogja melalui websitenya (http://www.tvrijogja.co.id/?pilih=lihat&id=63) diketahui bahwa acara yang paling sering ditonton adalah Berita Jogja (26,1%), Obrolan Angkringan (21,7%), JOS (15,2%), Wayang Kulit (17,4%), Pangkur Jenggleng (8,7%), Yogyawarta (8,7%), dan Plengkung Gading (2,2%).

Ternyata banyak pemirsa lebih memilih Berita Jogja sebagai acara yang paling banyak ditonton karena pada acara ini mengulas berita-berita yang jelas berada disekitar pemirsa, yang tidak didapat distasiun nasional. Acara ini siaran tiap setiap hari (*daily*) pukul 16.00 - 16.30 WIB dengan materi berita-berita aktual di Yogyakarta dan sekitarnya. Acara ini berkarakteristisk *live* yaitu disiarkan secara langsung, dan sasaran dari acara ini ditujukan untuk khalayak umum.

Program Berita harian ini menampilkan kejadian-kejadian aktual yang terjadi di Yogyakarta dan sekitarnya yang mempunyai nilai jurnalistik yang mana didalam penyajian berita ini dilengkapi dengan beberapa rubrik misalnya Gagasan, Pedesaan, Wisata serta peristiwa aktual lain.

Posisi kedua terdapat Obrolan Angkring yang siaran setiap hari Sabtu (*weekly*) pukul 19.30 - 20.00 WIB. Pengisi acara ini berasal dari Grup Angkringan Yogyakarta seperti Dalijo, Yu Beruk dan lain-lain, ditambah dengan hadirnya para bintang tamu. Semisal pernah hadir Basuki, Gogon dll. Acara ini memiliki karakteristik *live on tape* yaitu rekaman dari siaran langsung. Sasaran pemirsa acara ini meliputi Dewasa/Umum. Paket acara Obrolan Angkring merupakan acara yang dikemas dalam format dagelan/lawakan dengan menggunakan bahasa daerah (Jawa) dengan *setting* seperangkat angkringan. Acara ini memberikan alternatif hiburan bagi masyarakat pinggiran-menengah serta menumbuhkan apresiasi terhadap permasalahan-permasalahan atau persoalan-persoalan sosial yang ringan & aktual serta mengandung muatan moral.

Selama beberapa puluh tahun sejak berdirinya, TVRI Jogja telah banyak mendapatkan penghargaaan dalam membuat suatu paket acara. Penghargaan terakhir yang telah didapatkan oleh TVRI Jogja adalah perebutan juara satu pada acara Indonesia Wow melalui paket acara budaya dan mendapatkan penghargaan dari Gatra Kencana untuk siaran acara kesenian tradiosional pada tahun 2006.

Tayangan acara televisi ini diproduksi oleh suatu satuan unit produksi. Menurut Subroto (1994, h. 47), tiap stasiun televisi termasuk TVRI Jogja dalam memproduksi acara televisi terdapat lima acuan dasar yaitu ide, pengisi acara

(artis), peralatan, satuan kerja produksi, dan penonton. Kelima acuan ini satu dengan yang lainnya saling terkait, dengan demikian apabila salah satu dari kelima acuan tidak ada, maka suatu stasiun penyiaran atau stasiun produksi keliling, tidak mungkin melakukan kegiatannya.

Ide marupakan awal dari suatu proses produksi, melalui penemuan ide produksi suatu acara dapat dirancang sedemikian rupa sehingga memiliki nilai tontonan yang berkualitas. Untuk mendapatkan ide yang menarik, seorang karyawan *broadcasting* harus memiliki kemampuan dalam mengeluarkan gagasan-gagasannya dan mewujudkannya dalam suatu karya nyata. Fasilitas produksi yang terdiri atas penata dekorasi dekorasi, grafik, penata rias, bagian properti bertugas mendukung terlaksananya produksi sesuai dengan perencanaan. Operator teknik yang terdiri atas teknikal direktor, penata lampu, kameraman, penata suara, dan vision mixer bertugas menyelesaikan tahap akhir dari suatu rangkaian produksi, semua tugas yang diberikan membutuhkan kreativitas dimana mereka harus memikirkan bagaimana membuat tayangan yang menarik dengan mengerahkan tenaga sesuai dengan tugas yang dimilikinya.

Tujuan dari TVRI Jogja untuk kepentingan publik dan bukan memperoleh keuntungan semata seperti halnya televisi swasta. Berdasarkan wawancara dengan Sakti, seorang staf kepala stasiun TVRI Jogja menyatakan bahwa untuk reklame misalnya TVRI Jogja hanya menganggarkan 15%. Iklan yang dipasangkan pun umumnya berasal dari daerah Jogja sendiri dengan tujuan untuk membangun perekonomian rakyat. Seperti yang diungkap oleh *Ngarso Dalem* (Sri Sultan Hamengkubuwono IX) bahwa TVRI Jogja bukan televisi komersial melainkan TV

Publik yang bertugas memberikan pendidikan, pelayanan informasi yang sehat, mengembangkan kebudayaan, dan juga menjadi control dan perekat sosial.

Melalui motto yang dimiliki oleh TVRI Jogja yaitu *never ending creative*, TVRI Jogja berusaha menyuguhkan tayangan yang menarik (http://www.tvri-Yogyakarta.co.id/). Prestasi yang telah dicapai membutuhkan pemikiran kreatif dari karyawan TVRI Jogja. Dari tangan-tangan yang kreatif dapat timbul produk yang inovatif sehingga TVRI Jogja banyak diminati pemirsa televisi dalam memberikan informasi dan hiburan walaupun dengan minimnya peralatan produksi yang ada.

Dana operasional yang minim tersebut tidak membuat karyawan TVRI Jogja patah semangat. Justru sebaliknya, karyawan TVRI Jogja berusaha memikirkan bagaimana memproduksi acara dengan dana yang minimalis, Hardono, seorang kepala Bidang SDM mengungkapkan bahwa minimnya dana yang ada justru memberikan tantangan tersendiri bagi mereka karena disiniliah kemampuan kreativitas karyawan bagian produksi acara dibuktikan.

Supriadi (1994, h. 7) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Sementara itu Wijayanto (2003, h. 133) menjelaskan kreativitas sebagai suatu pemikiran, sikap, dan perilaku, sebagai sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan tidak hanya dibutuhkan oleh organisasi yang sedang mengalami kemunduran atau berusaha untuk hidup, namun juga dibutuhkan oleh organisasi yang sedang pada masa keemasannya, karena justru organisasi yang sedang

berada pada puncak kesuksesan inilah yang seringkali memiliki resiko yang tinggi akibat dari rasa percaya diri yang berlebihan terhadap proses-proses atau sistem yang dimilikinya.

Kreativitas sebagai ungkapan dan perwujudan diri individu termasuk kebutuhan pokok manusia yang bila terwujud memberikan rasa kepuasan dan keberhasilan yang mendalam. Kreativitas meningkatkan kualitas hidup manusia mencapai kesejahteraan fisik dan mental. Munandar (1983, h. 8) percaya bahwa setiap orang memiliki bakat kreatif, walaupun dalam jenis dan derajat yang berbeda-beda dan bakat ini perlu dipupuk, dirangsang, dan dikembangkan. Kreativitas muncul pada tiap tahap perkembangan manusia. Pada masa dewasa kreativitas meningkatkan gairah dalam bekerja dan menjadikan waktu luang bermakna dan bermanfaat, sehingga individu merasakan kepuasan hidup, karena dapat berfungsi sepenuhnya.

Kao (dalam Negara, 2000, h. 290) menyatakan bahwa kreativitas bermula dari pengumpulan ide-ide yang berasal dari anggota tim. Saat orang mulai melakukan *brainstorming*, sejumlah anggota kelompok mungkin memunculkan hal-hal derivative yang berada diluar angan sehingga dapat mencapai sesuatu yang lebih segar dan lebih kreatif. Gibson dan Berkman juga menyatakan hal yang serupa, menurut mereka informasi sebaiknya tidak hanya berasal dari satu sumber saja, karena sumber informasi yang beragam memungkinkan untuk memperoleh wawasan yang lebih luas. Untuk memperoleh hasil kerja yang optimal dilibatkan pula diskusi antar anggota tim, sehingga tercapai suatu hasil kerja yang kreatif.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Negara (2000, h. 291) pada tim kreatif biro iklan di Surabaya didapatkan hasil bahwa kreativitas bukan hanya sekedar masalah mendesain, tetapi ada suatu *personality trait*, seperti *sense of humor* yang mendukung proses imajinatif, ada suatu *cognitive style* yaitu cara seseorang untuk memanajemen situasi, serta bagaimana tenaga kreatif bersedia membuka diri, juga terkait dengan kemampuan interaksi yang baik.

Televisi merupakan salah satu organisasi massa. Organisasi media merupakan latar belakang khusus yang sedikit banyaknya memiliki sistem manajemen tersendiri, seperti halnya yang terdapat dalam surat kabar, perusahaan televisi, saluran atau siaran radio, dan sebagainya. Menurut McQuail (1987, h.139) organisasi massa acap kali merupakan satuan yang tidak dapat berdiri sendiri dalam melaksanakan segenap beban kerja produksi dan distribusi. Dalam melakukan produksinya, organisasi media membutuhkan suatu kerja sama yang solid dari sesama anggota tim. Begitu pula dalam dunia *broadcasting*, seorang karyawan tidak melakukannya secara individual namun dilakukan bersama dengan orang lain dalam suatu *team work* yang terdiri atas berbagai macam pekerjaan yang saling mendukung, begitu pula dalam TVRI Jogja. Produksi yang dilakukan melibatkan suatu *team work* yang bekerja secara efektif dan berkesinambungan. Secara umum *team work* dapat didefinisikan sebagai kumpulan individu yang bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan. Kumpulan individu-individu tersebut memiliki aturan dan mekanisme kerja yang jelas serta saling tergantung antara satu dengan yang lain (www.e-psikologi.com).

Suatu *team work* membangkitkan sinergi positif lewat upaya terkoordinasi. Upaya-upaya individual mereka menghasilkan suatu tingkat kinerja yang lebih besar daripada jumlah masukan individual tersebut. Manajemen sedang mencari sinergi positif yang memungkinkan organisasi mengalami peningkatan kinerja. Penggunaan yang meluas dari *team work* menciptakan potensi bagi suatu organisasi untuk membangkitkan keluaran tanpa peningkatan masukan.

Lingkungan kerja dunia *broadcasting* dilakukan secara tim dengan berkesinambungan. Dalam *team work* tersebut terdapat interaksi yang dapat mempengaruhi kreativitas. Teori interpersonal menjelaskan hubungan interaksi tersebut yaitu dengan menafsirkan kreativitas dalam konteks lingkungan sekitar. Artinya, kreativitas berkembang berkat serangkaian proses interaksi sosial individu dengan potensi kreatifnya dipengaruhi sosial-budaya tempat individu tinggal. Penciptaan kreator sebagai inovator dan orang sekeliling sebagai pihak yang mengakui hasil kreativitas, teori ini menekankan pentingnya nilai dan makna diri suatu karya kreatif. Nilai mengimplikasikan adanya pengakuan sosial (Supriadi, 1994, h. 7).

Senada dengan Supriadi, Suharman (2000, h. 167) juga menjelaskan bahwa salah satu komponen yang terlibat dalam kreativitas adalah lingkungan, suasana lingkungan terutama lingkungan sosial berfungsi sebagai pemelihara agar tugas-tugas kreatif dapat berjalan dengan baik, tanpa ada gangguan yang berarti. Selain itu, lingkungan juga berfungsi sebagai fasilitator yang memudahkan orang mendekati permasalahan secara kreatif. Terakhir, lingkungan berfungsi sebagai

penghasut mental yang memicu munculnya berbagai gagasan dan pemikiran baru bagi seseorang.

Lingkungan erat hubungannya dengan kegiatan manusia didalamnya, dalam hal ini kreativitas suatu bangsa. Supriadi (1994, h. 3) menambahkan bahwa terdapat bidang-bidang yang dominan memberikan identitas kepada dinamika kreativitas suatu bangsa adalah ilmu pengetahuan dan teknologi, seni, dan bisnis. Dalam upaya merangsang kreativitas masyarakat, seseorang dituntut untuk berani menilai budaya bangsa, karena ia mempunyai andil dalam memacu kreativitas. Andil ini harus dilihat dari segi: Sejauh manakah budaya tersebut dapat mendorong transformasi bangsa ke arah yang lebih baik? Dengan kriteria ini, maka ada budaya yang menunjang atau justru menghambat kreativitas.

Munandar (1983, h. 70) mengemukakan bahwa suatu masyarakat yang berdasarkan hukum-hukum yang adil, yang menunjukkan kondisi ekonomis dan psikologis paling baik pada warga negaranya, merupakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan kreativitas. Munandar juga menambahkan (1988, h.12) kreativitas muncul dari kualitas keunikan individu, yang memungkinkan terciptanya hal-hal baru. Hal ini didukung oleh Selo Soemardjan (Munandar, 1988, h.12) yang menekankan bahwa kreativitas merupakan sifat pribadi seorang individu. Namun timbul dan tumbuhnya kreativitas dan selanjutnya berkembangnya suatu kreasi yang diciptakan oleh seseorang individu tidak luput dari pengaruh kebudayaan serta pengaruh masyarakat tempat individu tingga.

Kebudayaan harus memenuhi kondisi-kondisi tertentu agar individu yang mempunyai potensialitas kreatif, dapat mewujudkan kreativitasnya menjadi karya-

karya unggul yang bermakna bagi dirinya maupun bagi lingkungannya. Mochtar Lubis menegaskan bahwa salah satu persyaratan utama bagi berkembangnya kraetivitas suatu bangsa adalah adanya kebebasan (Munandar, 1988, h. 16). Karena itu dalam perusahaan juga diperlukan suatu budaya perusahaan yang mendukung terciptanya lingkungan kerja yang kondusif untuk mengembangkan kreativitas.

Budaya perusahaan memiliki efek memperlancar atau sebaliknya menghambat implementasi pemeliharaan inovasi dalam perusahaan. Karena ini adalah konsep yang sulit dipegang dan diuraikan, maka pertama-tama adalah penting untuk mengidentifikasikan unsur-unsur dasar-dasar dari kultur-kultur yang dominan dalam perusahaan (West, 2000, h. 128).

Budaya perusahaan, oleh Robbins (1998, h.247) diartikan sebagai suatu kumpulan sistem nilai yang diakui dan dibuat oleh semua anggotanya yang membedakan perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Budaya perusahaan itu berkaitan dengan bagaimana karyawan mempersepsikan karakteristik dari budaya suatu organisasi. Robbins juga menambahkan bahwa budaya perusahaan merupakan sekumpulan persepsi bersama yang dianut oleh anggota-anggota organisasi; suatu sistem dari makna bersama (Robbins, 2001, h. 248).

Pada suatu penelitian didapat hasil bahwa budaya perusahaan “X” adalah budaya yang kuat karena terciptanya homogenitas penghayatan dan pemaknaan diseluruh karyawan, baik vertical maupun horizontal. Sebuah budaya dinyatakan kuat dan positif bagi peningkatan kinerja organisasi jika (1) budaya tersebut diasosiasikan dengan kinerja yang optimal, (2) nilai-nilai dan tradisi perusahaan

telah mengakar sangat dalam, (3) cenderung konsisten dengan nilai-nilai dan tradisi yang berlaku dalam perusahaan, (4) secara dominan dan efektif mempengaruhi perilaku kerja para karyawan, dan (5) adaptif terhadap perubahan eksternal (Wutun, 2004, h. 32).

Budaya perusahaan umumnya terkait dengan lingkungan atau personalitas organisasi dengan segala dimensi masalah yang dihadapi. Menurut Deal dan Kennedy (dalam Tika, 2006, h. 16), faktor-faktor pembentuk budaya perusahaan adalah lingkungan usaha, nilai-nilai, pahlawan/pelopor, ritual dan jaringan budaya. Tiga kekuatan penting dalam mempertahankan budaya perusahaan adalah praktek seleksi, tindakan manajemen puncak, dan metode sosialisasi (Siagian, 2002, h.202).

Proses seleksi merupakan tindakan awal untuk memperkenalkan budaya perusahaan kepada pelamar. Dengan memperkenalkan budaya perusahaan, maka dapat memilih melanjutkan atau mundur setelah mengetahui standar yang ditetapkan oleh perusahaan. Tindakan puncak sangat berpengaruh pada budaya perusahaan, perilaku pimpinan puncak dapat ditiru sebagai suri tauladan oleh para karyawannya. Sementara itu melalui sosialisasi para karyawan baru akan mencoba melakukan penyesuaian diri terhadap budaya perusahaan (Tika, 2006, h.56).

Karyawan TVRI Jogja yang terlibat dalam produksi merupakan Pegawai Negeri Sipil dan terdapat beberapa pegawai honorer yang dikontrak dalam jangka waktu tertentu. Karena masih terikat kepegawaian dengan pemerintah maka cara seleksi maupun kenaikan jabatan pun sudah ada peraturan yang distandarkan dari

TVRI pusat dibawah pengawasan dewan pengawas TVRI. Dewan pengawas ini terdiri dari lima orang yaitu Prof. Dr. Musa Asy'arie wakil dari pemerintah, Robik Mukaf mewakili masyarakt, Hazairin Sitepu mewakili masyarakat, dan 2 orang wakil dari TVRI yaitu Retno Intani dan Abraham Isnan. (http://www.tvrijogja.co.id/?pilih=lihat&id=63).

Budaya perusahaan yang mampu mendukung berkembangnya kreativitas karyawan merupakan budaya yang tidak menghambat karyawannya untuk berkreasi, namun juga ada desakan yang lunak dari perusahan untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan tujuan tertentu dan batas waktu yang luwes, semua itu akan menolong untuk menyediakan atau menimbulkan kebutuhan perasaaan urgensi, yaitu perasaan mendesaknya pekerjaan atau tugas itu dilaksanakan. Komunikasi yang terdapat ditempat kerja juga harus berlangsung efektif sehingga karyawan mampu terbuka dan merasa aman ditempat kerja, dengan begitu ia merasa bahwa adanya toleransi atas kegagalan atas usaha yang telah dilakukannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik lebih lanjut hubungan antara hubungan antara budaya perusahaan dengan kreativitas karyawan TVRI Jogja.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, perumusan masalahnya apakah ada hubungan antara budaya perusahaan dengan kreativitas pada karyawan TVRI Jogja?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara budaya perusahaan dengan kreativitas pada karyawan TVRI Jogja.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi bidang Psikologi khususnya Psikologi Industri dan Organisasi dalam memberikan informasi mengenai peningkatan kreativitas melalui budaya perusahaannya.

2. Praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi:

   a. Karyawan, sebagai wacana sejauh mana budaya perusahaan dan kreativitas yang ada di TVRI Jogja.
   b. Perusahaan, memberikan informasi mengenai gambaran budaya perusahaan TVRI Jogja dan melihat hubungannya dengan kreativitas, sehingga dapat diambil tindakan konkrit demi meningkatkan kreativitas karyawannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kreativitas

1. Pengertian Kreativitas

Sepanjang sejarah umat manusia, kreativitas menjadi topik perhatian, tetapi baru sejak beberapa daswarsa kreativitas menjadi subjek penelitian ilmiah dan empiris. Menurut Munandar (1983, h. 50) kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan yang memiliki kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berpikir serta kemampuan untuk mengelaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci) suatu gagasan. Campbell (1986, h. 11) menambahkan bahwa kreativitas merupakan kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya baru, berguna, dan dapat dimengerti.

Fromm (dalam Chandra, 1994, h. 12) mengartikan kreativitas sebagai suatu kemampuan untuk melihat (menyadari, bersikap peka) dan menanggapi. Tidak jarang bahwa bersikap kreatif berarti berani bertindak tidak populer, sekurang-kurangnya untuk sementara, karena yang diungkapkan adalah hal baru yang belum diterima. Chandra mendefinisikan kreativitas (1994, h. 17) sebagai kemampuan mental dan berbagai jenis keterampilan khas manusia yang dapat melahirkan pengungkapan yang unik, berbeda, orisinal, sama sekali baru, indah, efisien, tepat sasaran, dan tepat guna.

Supriadi (1994, h. 7) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya kegiatan kreatif mengandung perubahan arah. Hal ini didukung oleh Chaplin (2000, h. 117) yang menyebut kreativitas sebagai kemampuan menghasilkan bentuk baru dalam seni, atau dalam permesinan, atau dalam memecahkan masalah-masalah dengan metode-metode baru.

West (2000, h.14) menganggap kreativitas sebagai penyatuan pengetahuan dari berbagai bidang pengalaman yang berlainan untuk menghasilkan ide-ide baru dan lebih baik. Kreativitas melibatkan individu dalam penemuan atau cara-cara baru yang lebih baik dalam mengerjakan berbagai hal. Hal ini berarti menentang pendekatan-pendekatan tradisional yang sudah ada.

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah kemampuan khas individu yang memiliki kelancaran, keluwesan, dan orisinalitas dalam berpikir serta kemampuan untuk mengelaborasi gagasan yang meliputi kegiatan yang menghasilkan produk atau pemecahan yang baru melalui pemikiran yang mendalam terhadap permasalahan yang sedang dihadapi. Definisi ini mengacu pada definisi yang dimiliki oleh Munandar karena definisi yang dimiliki Munandar mencakup dari definisi seluruh tokoh yang ada.

2. Karakteristik Kreativitas

Munandar (1999, h.243) menjelaskan dalam melakukan kegiatan yang kreatif, sedikit banyak orang yang berpikir kreatif melihat dan memikirkan hal-hal yang luar biasa yang tidak lazim. Dalam teorinya, Munandar menjelaskan bahwa kreativitas juga memadukan informasi yang tampaknya tidak berhubungan dan mencetuskan solusi-solusi baru yang memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Rasa ingin tahu

   Individu selalu terdorong untuk mengetahui lebih banyak dan mengajukan banyak pertanyaan. Selalu memperhatikan orang, obyek dan situasi sehingga peka dalam pengamatan dan ingin mengetahui/meneliti.

b. Bersifat imaginatif

   Individu mampu memperagakan atau mebayangkan hal-hal yang tidak atau belum pernah terjadi. Namun, dalam menggunakan khayalan tersebut masih dapat mengetahui perbedaan antara khayalan dan kenyataan.

c. Merasa tertantang oleh kemajemukan

   Individu terdorong untuk mengatasi masalah yang sulit. Merasa tertantang oleh situasi-situasi yang rumit sehingga lebih tertarik pada tugas yang sulit.

d. Sifat menghargai

   Dapat menghargai bimbingan dan pengarahan dalam hidup. Menghargai kemampuan dan bakat-bakat sendiri yang sedang berkembang.

e. Berani mengambil resiko

   Berani memberikan jawaban meskipun belum tentu benar. Tidak takut gagal atau mendapat kritik. Tidak menjadi ragu-ragu karena ketidakjelasan, hal-hal yang tidak konvensional, atau yang tidak berstruktur.

Sedangkan menurut Chandra (1994, h. 49), terdapat sepuluh karakteristik orang kreatif, yaitu:

a. Hasrat, mengubah hal-hal yang disekitasnya menjadi lebih baik.
b. Kepekaan, bersikap terbuka dan tanggap terhadap segala sesuatu.
c. Minat, mengenal lebih dalam dari yang tampak dipermukaan.
d. Rasa ingin tahu, semangat yang tak pernah pendek untuk menanyakan.
e. Mendalam dalam berpikir, sikap yang mengarah untuk pemahaman yang mendalam pula.
f. Konsentrasi, mampu menekuni suatu permasalahan hingga menguasai seluruh bagiannya.
g. Siap mencoba dan melaksanakannya, bersedia mencurahkan tenaga dan waktu untuk mencari dan mengembangkan.
h. Kesabaran, untuk memecahkan masalah dalam detailnya.
i. Optimisme, memadukan antusiasme dan rasa percaya diri.
j. Mampu bekerja sama, mampu bekerja keras secara produktif dengan orang lain.

Berdasarkan karakteristik yang dikemukakan diatas maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik orang yang kreatif adalah individu yang memiliki hasrat keingintahuan, minat dan kepekaan yang besar, berani mengambil

resiko serta siap mencoba melakukannya, sifat imaginatif, menyukai hal yang rumit dan baru, sabar dalam memecahkan permasalahan sehingga dapat berkonsentrasi terhadap masalah tersebut, dan menghargai orang lain. Berdasarkan teori diatas peneliti memilih teori Munandar karena teori milik Munandar mencakup teori dari Chandra bahkan terdapat beberapa hal seperti bersifat imaginatif dan saling menghargai yang tidak terdapat pada teori milik Chandra.

3. Jenis-jenis Kreativitas

Setiap orang memiliki kemampuan untuk melakukan kreativitas. Terdapat beberapa jenis kreativitas, menurut Winardi (1991, h. 160) jenis-jenis kreativitas adalah sebagai berikut:

a. Inovasi

Inovasi diartikan oleh sejumlah orang sebagai jumlah total dari kreativitas dan bukan suatu tipe kreativitas. Namun sebenarnya kreativitas akan menyebabkan timbulnnya sesuatu yang baru, misalnya sebuah ide baru, teori baru, hipotesis baru, gaya penulisan atau gaya lukisan baru, dan penemuan baru atau metode baru mengelola organisasi.

b. Sintesis

Sintesis mencakup kemampuan untuk menyerap dan memanfaatkan ide-ide dari aneka sumber. Seorang pemandu dapat mengkombinasi data atau konsep-konsep yang sepintas lalu tidak berhubungan satu sama lain, hingga ia menjadi ide atau produk yang bermanfaat. Misalnya seorang manajer yang kreatif, ia

mengkombinasikan bakat manusia dan sumber-sumber daya manusia dan sumber-sumber daya fisik seperti mesin, bahan material, dan uang untuk mewujudkan produk organisasinya.

c. Ekstensi

Ekstensi atau perluasan merupakan tipe ketiga dalam analisis dan erat hubungannya dengan inovasi maupun sintesis. Ekstensi terjadi jika orang mengambil sebuah inovasi dasar dan kemudian kegunaannya diperluas dengan jalan memperluas perbatasannya.

d. Duplikasi

Duplikasi berarti meniru sukses orang lain. Hal ini dinggap sebagai kreativitas karena duplikasi meniru kesuksesan orang lain dengan mengimplikasikannya secara tepat sehingga produk yang dihasilkan dapat diminati.

Senada dengan Winardi, Rowe (2005, h.23) menyatakan bahwa terdapat empat jenis kreativitas, yaitu:

a. Intuitif

Tipe intuitif cenderung berfokus pada hasil dan mengandalkan pengalaman pada masa lalu sebagai penuntun dalam melakukan berbagai tindakan.

b. Inovatif

Individu dengan tipe inovatif berkonsentrasi pada penyelesaian masalah, sistematis, dan mengandalkan data.

c. Imajinatif

Individu dengan tipe imajinatif mampu memvisualisasikan peluang, artistik, senang menulis dan berpikir ”di luar kotak”

d. Inspirasional

Tipe inspirasional berfokus pada perubahan sosial dan rela berkorban demi mencapai tujuannya tersebut.

Berdasarkan jenis-jenis kreativitas diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa kreativitas dapat terjadi dalam beberapa tipe kreativitas, yaitu berupa gagasan-gagasan yang benar-benar baru, hasil kombinasi atau sintesis, maupun modifikasi, sebagai kemampuan untuk menciptakan suatu perubahan arah dalam menemukan pemikiran yang baru dari teori yang telah lama ada.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreativitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi kreativitas terdiri atas faktor internal dan faktor eksternal.

a. Faktor Internal

Faktor internal berasal dari dalam individu untuk melakukan kreativitas. Menurut Coleman dan Hammen (1974, h. 455) kemampuan kognitif, termasuk disini kecerdasan diatas rata-rata, kemampuan melahirkan gagasan-gagasan baru, gagasan-gagasan yang berlainan, dan fleksibilitas kognitif. Coleman juga menambahkan orang kreatif harus mempersiapkan dirinya menerima stimuli eksternal dan internal; ia memiliki minat yang beragam dan luas, sikap yang bebas, otonom dan percaya diri. Orang kreatif tidak senang “digiring”; ingin menampilkan dirinya semampu dan semaunya; individu tidak terlalu terikat pada konvensi-konvensi sosial.

Kondisi internal yang menunjang pertumbuhan kreativitas menurut Rogers (dalam Munandar, 1988, h.18) adalah keterbukaan terhadap pengalaman, terhadap rangsang-rangsang dari luar maupun dari dalam (misalnya firasat). Individu juga harus memiliki lokus evaluasi internal, yaitu dasar penilaian dari hasil-jasil ciptaannya terutama ditentukan oleh dirinya sendiri, walaupun tidak tertutup kemungkinan mendapat kritik dari orang lain. Selain dua hal tadi kemampuan bermain dengan elemen-elemen atau konsep-konsep, yaitu kemampuan bermain secara spontan dengan ide, warna, bentuk, hubungan elemen, dan kemampuan untuk membentuk kombinasi-kombinasi baru dari hal-hal yang sebelumnya.

Olson (1996, h. 34) menambahkan bahwa orang yang merasa usahanya berjalan baik sehingga puas pada keadaan diri dapat menjadi hambatan untuk menjadi kreatif dan hal ini sering disebabkan oleh rasa takut gagal.

Kreativitas ditunjang oleh tiga faktor yaitu kemampuan intelektual yang memadai, motivasi, dan komitmen. Ketiga faktor ini secara interktif akan membentuk perilaku yang kreatif yang kemudian membentuk produk kreatif (Supriadi, 1994, h. 123).

Untuk menghasilkan karya kreatif yang bermakna diperlukan tidak hanya kualitas seperti imajinasi, inspirasi, firasat dan bakat, tetapi juga disiplin, kesiagaan, proses belajar dan kerja keras (Arieti dalam Munandar, 1988, h.18).

b. Faktor Eksternal

Faktor ekternal adalah faktor yang berasal dari luar individu yang mendorong individu untuk berkembang menjadi kreatif. Munandar (1988, h.2) menjelaskan bahwa potensi kreatif tiap orang berbeda-beda, karena itu perlu dipupuk sejak dini. Melalui kekuatan-kekuatan pendorong maka dapat diciptakan suatu kondisi lingkungan yang dapat memupuk daya kreativitas individu. Lingkungan dalam arti kata sempit (keluarga dan sekolah) maupun dalam arti kata luas (masyarakat dan kebudayaan). Sebagaimana diungkapkan oleh Soemardjan (dalam Munandar, 1988, h. 2), timbulnya dan tumbuhnya kreativitas dan selanjutnya berkembanganya suatu kreasi yang diciptakan oleh seseorang individu tidak dapat luput dari pengaruh kebudayaan serta pengaruh masyarakat tempat individu itu hidup dan bekerja.

Munandar (1988, h. 1) menjelaskan kreativitas merupakan ungkapan unik dari keseluruhan kepribadian sebagai hasil interaksi individu dengan lingkungannya, dan yang tercermin dalam pikiran, perasaan, sikap, dan perilakunya. Sejauh mana lingkungan kerja memberikan suasana kerja yang cukup kondusif untuk pengembangan kreativitas karyawan, bagaimana hubungan antar karyawan apakah saling menghargai atau mempercayai, bagaimana hubungan antara atasan dan bawahan, apakah pimpinan memberikan kesempatan pada tiap karyawan untuk mengembangkan dirinya, untuk meningkatkan kemampuannya dan prestasi kerjanya. Apakah pimpinan atau atasan terbuka dan menghargai prakarsa dan gagasan-gagasan dari karyawan.

Hurlock (1978, h.10) mengatakan bahwa terdapat dua faktor penting yang dapat membantu meningkatkan kreativitas, yaitu sikap sosial dan kondisi lingkungan. Lingkungan sekitar individu harus dapat memberikan dorongan dan rangsangan agar dapat membantu individu untuk berkreasi. Kondisi yang menguntungkan bagi perkembangan kreativitas harus diberikan supaya potensi kreatif dalam diri individu dapat berkembang secara baik.

Berdasarkan faktor-faktor diatas dapat disimpulkan bahwa kreativitas dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri atas kemampuan kognitif, sikap terbuka, disiplin, percaya diri, dan motivasi intrinsik. Faktor eksternal yang mempengaruhi kreativitas adalah faktor lingkungan yang meliputi lingkungan fisik dan budaya tempat individu tinggal. Lingkungan yang memberikan kebebasan berinisiatif, lingkungan yang memberikan toleransi untuk mengambil resiko, dan lingkungan yang memberikan otonomi akan menjadi lahan subur bagi perkembangan kreativitas.

B. Budaya Perusahaan

1. Pengertian Budaya Perusahaan

Sejalan dengan perkembangannya, budaya perusahaan terbuka terhadap berbagai interpretasi. Budaya perusahaan (Miller, 1987, h. 98) merupakan kumpulan nilai yang dianut dalam suatu perusahaan. Nilai-nilai dan semangat tersebut akan mendasari sifat perusahaan dalam usaha menjawab tantangan. Schein sendiri (1991, h. 6) mendefinisikan budaya perusahaan sebagai sebuah pola asumsi dasar yang ditemukan atau dikembangkan oleh kelompok tertentu yang dipelajari sebagai cara untuk mengatasi masalah adaptasi terhadap lingkungan luar dan masalah yang timbul

dari dalam organisasi. Budaya ini bekerja dengan cukup baik sehingga dianggap berharga dan diajarkan pada anggota baru organisasi sebagai cara yang benar untuk merasa, berpikir dan merasa bertanggung jawab terhadap masalah-masalah yang ada dalam perusahaan. Sejalan dengan pendapat Schein, Cook et al (1997, h. 112) menyatakan bahwa budaya perusahaan menggambarkan asumsi dasar mengenai nilai-nilai, keyakinan, norma-norma, simbol-simbol, bahasa, ritual dan mitos-mitos perusahaan yang memberi makna pada anggota perusahaan dan diterima secara kolektif oleh kelompok sebagai pedoman dalam berperilaku. Budaya perusahaan adalah apa yang dirasakan karyawan dan bagaimana persepsi tersebut menciptakan sebuah pola keyakinan, nilai-nilai dan harapan (Gibson et al, 1997, h. 29).

Siagian (2000, h. 27) mengartikan budaya perusahaan sebagai kesepakatan bersama tentang nilai yang dianut bersama dalam kehidupan perusahaan dan mengikat semua orang dalam perusahaan yang bersangkutan. Dengan kata lain, budaya perusahaan ini merupakan suatu sistem dan keyakinan bersama yang dianut oleh semua pihak yang harus berinteraksi dalam rangka pencapaian tujuan. Selain itu, budaya perusahaan juga berperan dalam menentukan struktur dan berbagai sistem operasional yang membuahkan norma-norma perilaku. Kriteria pengukur mantap tidaknya budaya perusahaan pada akhirnya terlihat pada pola pemahaman dan penyesuaian perilaku tiap karyawan dengan cara berperilaku dalam perusahaan tersebut

Menurut Robbins (2001, h. 247) budaya organisasi mengacu ke suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan perusahaan itu dengan perusahaan-perusahaan yang lain. Budaya perusahaan merupakan budaya dominan mengungkapkan nilai-nilai inti yang dianut bersama

oleh mayoritas anggota organisasi. Selain budaya dominan terdapat sub budaya, namun budaya dominan yang diakui sebagai budaya perusahaan.

Senada dengan Robbins, Kreitner dan Kinicki (2002, h. 68) memberi definisi yang tidak jauh berbeda yaitu, budaya perusahaan sebagai seperangkat asumsi yang dibagi dan dianut oleh sebuah kelompok yang menentukan cara berpikir, merasakan dan bereaksi terhadap berbagai macam lingkungan.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa budaya perusahaan merupakan sistem nilai-nilai yang diyakini semua karyawan dan yang dipelajari, diterapkan serta dikembangkan secara berkesinambungan, berfungsi sebagai sistem perekat, dan dapat dijadikan acuan berperilaku dalam organisasi untuk mencapai tujuan perusahaan yang diterapkan.

2. Televisi sebagai bagian dari Media Massa

Menurut Rahmat (2003, h. 188) komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang tertuju kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim menjadi media cetak atau elektronis sehingga pesan yang samaa dapat diterima secara serentak dan sesaat. Komunikasi terdiri atas lima unsur yaitu sumber, pesan, saluran/media, penerima dan umpan balik (Mulyana, 1994, h. 62). Komunikasi massa tersebut terjadi melalui media massa, yakni surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film.

Menurut McQuail (1987, h. 33) komunikasi massa memiliki karakteristik yang berbeda dari perusahaan-perusahaan lainnya, antara lain sumbernya berasal dari suatu organisasi, bukan satu orang saja, dan biasanya merupakan

komunikator profesional. Pesannya tidak unik dan beraneka ragam, serta dapat diperkirakan. Disamping itu, pesan tersebut seringkali diproses, distandarisasi, dan selalu diperbanyak. Hubungan antara pengirim dan penerima bersifat satu arah dan jarang sekali bersifat interaktif. Hubungan tersebut bersifat impersonal, bahkan mungkin sekali seringkali bersifat non-moral dan kalkulatif, dalam pengertian bahwa sang pengirim pesan biasanya tidak bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi pada para individu dan pesan yang diperjualbelikan dengan uang atau ditukar dengan perhatian khusus.

Televisi merupakan media massa elektronik yang memiliki karakteristik terjadi secara serempak artinya saat televisi ditayangkan terjadi secara bersamaan walaupun ditempat yang berbeda. Televisi merupakan media massa yang mampu meliput daerah yang tak terbatas serta memiliki keunggulan dibanding media lainnya yaitu dapat dinikmati oleh seorang buta huruf ataupun memiliki cacat tubuh lainnya (Darwanto, 2007, h.42).

Senada dengan Darwanto, Suprapto (2006, h.11) juga menambahkan bahwa karakteristik komunikasi massa adalah komunikasi tersebut berlangsung dalam satu arah, komunikator dalam komunikasi massa melembaga, artinya bahwa media massa merupakan hasil dari kerja sama, hal ini yang dinamakan *collective communication,* pesan-pesan dari komunikasi massa bersifat umum, suatu media massa akan melahirkan keserempakan yaitu pemirsa media massa akan menikmati suatu tayangkan yang disuguhkan pada waktu yang relatif sama, dan terakhir komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen.

Berdasarkan karakteristik diatas televisi sebagai salah satu media massa elektronik memiliki berbagai keunggulan yaitu jangkauan yang luas, diberikan secara serempak pada pemirsanya, komunikan pada media massa elektronik bersifat heterogen artinya orang yang menonton program televisi dapat berasal dari mana saja, acara yang diproduksi oleh televisi merupakan hasil kerja suatu kelompok yang bahu mambahu menyelenggarakan suatu acara hingga sampai pada pesawat-pesawat televisi yang berada di rumah dalam bentuk acara yang dapat dinikmati oleh penonton. Melalui karakteristik yang telah disebutkan maka dalam suatu media massa haruslah memiliki suatu kemampuan khusus agar tetap bertahan, mengingat luasnya jangkauan siaran dan heterogen khalayak yang menikmati acara televisi.

3. Karakteristik Budaya Perusahaan

Miller (1987, h. 98) berpendapat bahwa tata nilai yang ada dalam organisasi adalah karakteristik utama budaya organisasi. Maka, dengan demikian nilai-nilai dominan sebuah organisasi dapat dikelompokkan ke dalam delapan nilai utama, yaitu :

a. Tujuan, mencakup seberapa jauh anggota organisasi memahami tujuan organisasi.
b. Konsensus, mencakup seberapa besar oganisasi memberi kesempatan kepada anggota untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan.
c. Keunggulan, mencakup seberapa besar kapabilitas organisasi dalam memotivasi anggotanya untuk berprestasi atau menunjukkan kinerja terbaiknya.

d. Kesatuan, mencakup seberapa besar keberpihakan dan keadilan manajemen organisasi dalam memperlakukan anggota-anggotanya sehingga tidak memunculkan friksi-friksi dalam organisasi.
e. Prestasi, mencakup seberapa besar pengakuan organisasi terhadap prestasi yang ditunjukkan anggotanya.
f. Empirik, mencakup seberapa tinggi komitmen organisasi untuk menggunakan data empirik dalam pengambilan keputusan.
g. Keakraban, menyangkut kondisi hubungan interpersonal antara organisasi atau antar anggota organisasi.
h. Integritas, mencakup mutu, sifat atau keadaan yang menunjukkan kesatuan yang utuh sehingga memiliki potensi dan kemampuan yang memancarkan kejujuran.

Robbins (2001, h. 248) mengemukakan bahwa terdapat tujuh karakteristik primer yang bersama-sama menangkap hakikat dari budaya suatu perusahaan, yaitu:

a. Inovasi dan pengambilan resiko. Sejauh mana para karyawan didorong untuk inovatif dan mengambil resiko.
b. Perhatian ke rincian. Sejauh mana para karyawan diharapkan memperlihatkan kecermatan, analisis, dan perhatian kepada kerincian.
c. Orientasi hasil. Sejauh mana manajemen memusatkan perhatian pada hasil bukannya pada teknik dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil itu.
d. Orientasi orang. Sejauh mana keputusan manajemen memperhitungkan efek hasil pada karyawan dalam perusahaan.
e. Orientasi tim. Sejauh mana kegiatan kerja diorganisasikan sekitar tim-tim, bukannya individu-individu.

f. Keagresifan. Sejauh mana para karyawan agresif dan kompetitif dan bukannya santai-santai.
g. Kemantapan. Sejauh mana kegiatan organisasi menekankan dipertahankannya status quo daripada pertumbuhan.

Menurut Luthans (1998, h. 550) terdapat enam karakteristik budaya perusahaan yaitu:

a. Perilaku yang diperlihatkan secara teratur. Ketika para karyawan berinteraksi, mereka menggunakan bahasa, terminologi, dan ritual yang berbeda dengan karyawan perusahaan lain.
b. Norma. Standar dari perilaku karyawan, termasuk dalam panduan bagaimana pekerjaan harus dilakukan, dimana perusahaan memberiikan larngan-larangan atau anjuran-anjuran untuk karyawannya.
c. Nilai dominan yang ditaati oleh karyawan. Disini terdapat nilai utama yang diharapkan perusahaan pada karyawannya unruk saling berbagi.
d. Filosofi. Yang memandu politik organisasi bagi karyawan juga pelanggan. Kebijakan yang diatur melalui keyakinan perusahaan tentang bagaimana perlakuan yang diterima karyawan dan atau konsumen.
e. Peraturan. Terdapat suatu panduan agar karyawan dapat bertahan lama dalam suatu perusahaan. Karyawan yang baru masuk perusahaan harus mempelajari aturan yang diharapkan menjadi tingkah lakunya selama menjadi bagian dari perusahaan.
f. Iklim organisasi yang terdiri atas gambaran fisik dan bagaimana orang berinteraksi dengan orang lain. Iklim organisasi adalah persepsi karyawan

terhadap lingkungan organisasi dimana mereka melaksanakan tanggung jawab atas pekerjaan mereka, yang dapat mempengaruhi mereka dalam menjalankan tugas-tugas yang dibebankan tersebut.

Tiap karakteristik diatas berlangsung dalam satu kontinum rendah ke tinggi. Penilaian perusahaan itu berdasar pada karakteristik budaya perusahaan ini, akan diperoleh gambaran majemuk dari budaya perusahaan itu. Gambaran ini menjadi dasar untuk perasaan pemahaman bersama yang dimiliki para anggota mengenai perusahaan itu, bagaimana urusan diselesaikan didalamnya, dan cara para karyawan diharapkan berperilaku (Robbins, 2001, h.248).

Berdasarkan penjelasan dari ketiga tokoh diatas, karakteristik budaya perusahaan antara lain nilai dominan yang dianut bersama, kebersamaan dari interaksi yang dirasakan, seberapa jauh karyawan memahami tujuan perusahaan, komitmen karyawan, perhatian perusahaan pada karyawan, dan prestasi yang diperlihatkan oleh karyawan. Peneliti lebih memilih karakteristik milik Miller yaitu antara lain tujuan, konsensus, keunggulan, kesatuan, prestasi, empirik, dan keakraban. Dalam karakteristiknya Miller mampu memberikan lingkup karakteristik yang dinyatakan oleh Robbins maupun Luthan.

4. Fungsi Budaya Perusahaan

Robbins (2001, h. 253) mengemukakan bahwa budaya menjalankan sejumlah fungsi dalam sebuah organisasi, yaitu :

a. Menetapkan tapal batas, artinya budaya menciptakan pembedaan yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi lain.

b. Membawa suatu rasa identitas bagi anggota-anggota organisasi, anggota-anggota organisasi akan memiliki pemikiran bahwa mereka merupakan bagian dari perusahaan.
c. Mempermudah timbulnya komitmen pada sesuatu yang lebih luas daripada kepentingan diri individual seseorang.
d. Meningkatkan kemantapan sistem sosial, maksudnya budaya dalam organisasi tersebut merupakan perekat sosial yang membantu mempersatukan organisasi itu dengan memberikan standar-standar yang tepat untuk apa yang harus dikatakan dan dilakukan oleh para karyawan.
e. Mekanisme pembuat makna dan kendali yang memandu dan membentuk sikap serta perilaku karyawan.

Senada dengan Robbins, Kreitner dan Kinicki (2002, h. 73) menyatakan bahwa budaya perusahaan berperan dalam :

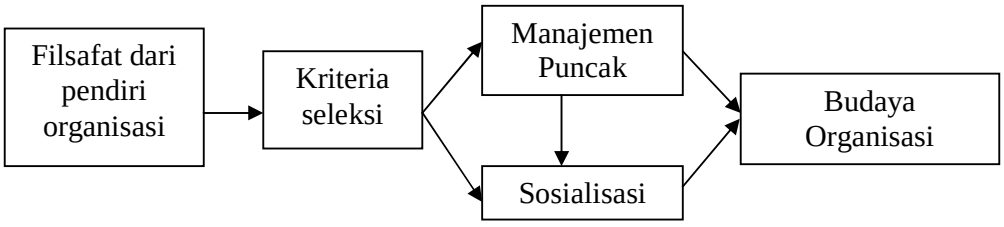
a. Memberi rasa identitas bagi karyawan. Karyawan akan merasa menjadi bagian dari perusahaan.
b. Mempermudah munculnya komitmen bersama. Melalui budaya perusahaan karyawan merasa bangga menjadi bagian dari perusahaan sehingga karyawan mempunyai rasa memiliki, partisipasi, dan rasa tanggung jawab atas kemajuan perusahaannya.
c. Meningkatkan stabilitas sistem sosial. Hal ini tergambar di mana lingkungan kerja dirasakan positif, mendukung dan konflik serta perubahan diatur secara efektif.
d. Memandu terbentuknya perilaku dengan cara membantu anggota organisasi mengerti keadaan lingkungan sekitarnya. Budaya membantu karyawan membentuk pengertian tentang mengapa organisasi melakukan hal-hal tertentu

dan bagaimana hal tersebut dilakukan untuk mencapai tujuan-tujuan jangka panjangnya.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa fungsi budaya perusahaan adalah memberi rasa identitas bagi suatu anggota organisasi yang membedakannya dengan anggota organisasi yang lain, mempermudah munculnya komitmen bersama, meningkatkan stabilitas sistem sosial serta mengarahkan sikap dan perilaku karyawan sesuai dengan yang diharapkan perusahaan.

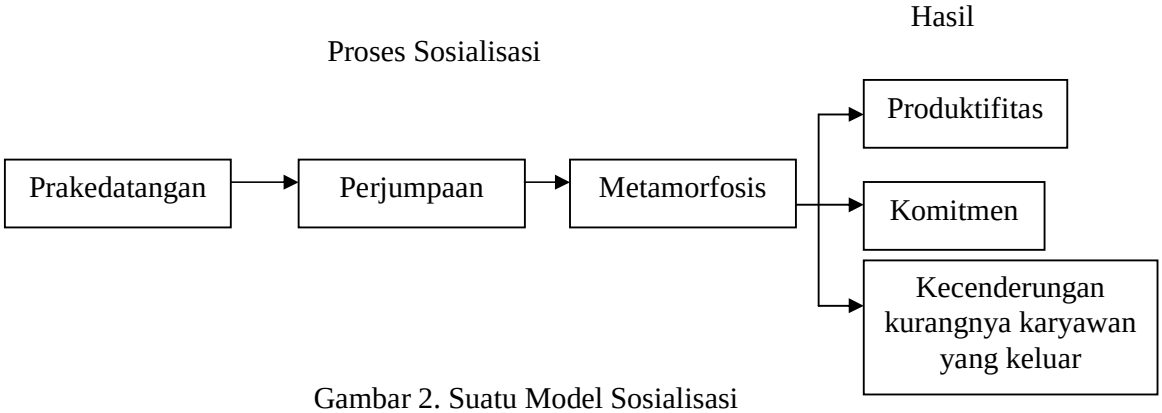
5. Pembentukan Budaya Perusahaan

Budaya perusahaan tidak muncul begitu saja, namun melalui suatu rangkaian proses pembentukan. Budaya perusahaan terbentuk banyak ditentukan oleh beberapa hal antara lain lingkungan usaha, nilai-nilai yang merupakan konsep dasar dan keyakinan suatu organisasi, panutan atau keteladanan, acara-acara ritual yang selalu diadakan perusahaan untuk menghargai karyawannya, jaringan komunikasi informal dalam perusahaan yang menjadi penyebaran nilai-nilai budaya organisasi. Tiga kekuatan penting dalam mempertahankan budaya perusahaan adalah praktek seleksi, tindakan manajemen puncak, dan metode sosialisasi (Robbins, 2001, h.255).



Gambar 1. Proses Terbentuknya Budaya Organisasi
(Sumber: Robbins, 2001, h. 262)

Tujuan eksplisit dari proses seleksi adalah mengidentifikasi dan mempekerjakan individu-individu yang mempunyai pengetahuan, ketrampilan, dan kemampuan untuk melakukan pekerjaan dengan sukses di dalam suatu perusahaan. Disamping itu proses seleksi juga memberikan informasi mengenai perusahaan, jika tidak terjadi kesesuaian nilai yang dianut pelamar dengan perusahaan pelamar dapat menyeleksi diri keluar dari kumpulan pelamar. Manajemen puncak juga mempunyai dampak besar terhadap pembentukan budaya perusahaan. Melalui perkataan ataupun perbuatan mereka, eksekutif akan menegakkan norma-norma yang akan merembes kebawahnya.



Gambar 2. Suatu Model Sosialisasi
(Sumber: Robbins, 2001, h. 260)

Dalam upaya pembentukan budaya organisasi, dilakukan proses penyesuaian yang dikenal dengan sosialisasi. Menurut Robbins (2001, h.259) proses sosialisasi dapat dikonsepkan sebagai suatu proses yang terdiri atas tiga tahap:

a. Tahap pertama merupakan tahap pra kedatangan, terjadi sebelum seorang karyawan bergabung dengan perusahaan tersebut.

b. Tahap kedua, karyawan baru tersebut melihat seperti apakah perusahaan itu sebenarnya dan menghadapi kemungkinan harapan dan kenyataan yang berbeda.
c. Tahap ketiga, terjadi perubahan yang relatif tahan lama akan terjadi. Karyawan baru tersebut menguasai ketrampilan yang diperlukan untuk pekerjaannya, dengan berhasil melakukan perannya.

Senada dengan Robbins, Feldman (dalam Kreitner dan Kinicki, 2002, h. 84), menawarkan tiga fase sosialisasi yang dapat meningkatkan pemahaman yang lebih mendalam terhadap budaya perusahaan. Fase-fase tersebut adalah :

a. Fase Pendahuluan (*Anticipatory*). Fase ini terjadi sebelum individu masuk ke dalam perusahaan. Individu mengumpulkan informasi mengenai perusahaan yang akan dimasuki.
b. Fase Pertemuan (*Encounter).* Pada fase ini individu baru saja memasuki perusahaan. Nilai-nilai, keahlian dan sikap-sikap mulai berubah seiring dengan pengetahuan mengenai keadaan yang sebenarnya di perusahaan. Individu mencari kejelasan dan belajar tentang perannya baik dalam organisasi maupun dalam kelompok-kelompok yang berhubungan dengan perannya.
c. Fase *Change and Acquisition*. Individu menguasai keahlian dan perannya serta beradaptasi terhadap nilai dan norma kelompok kerja. Persaingan tuntutan peran dapat diselesaikan dan norma-norma kelompok telah terinternalisasi.

Proses sosialisasi di atas dapat menghasilkan perilaku dan hal-hal yang bersifat afektif yang dapat digunakan untuk menilai seberapa baik individu telah

menyesuaikan diri dengan budayanya. Hasil yang berupa perilaku seperti, individu menunjukkan peran yang tetap, bertahan dalam perusahaan serta spontanitas dalam inovasi dan kerjasama. Hasil yang bersifat afektif, seperti adanya kepuasan, termotivasi secara internal dan keterlibatan kerja yang tinggi. Sosialisasi berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Kinerja karyawan bergantung pada tingginya tingkat pengetahuannya akan apa yang harus atau tidak harus dikerjakan. Memahami cara yang benar untuk melakukan suatu pekerjaan menunjukkan sosialisasi yang benar.

Menurut Robbins (2001, h. 260), proses sosialisasi telah selesai diantaranya ditandai dengan adanya penerimaan oleh rekan kerja sebagai seorang individu yang dihargai dan dipercaya, merasa yakin bahwa individu mempunyai kompetensi untuk menyelesaikan pekerjaannya dengan sukses dan memahami sistem, seperti aturan, prosedur dan praktek-praktek yang diterima secara informal. Akhirnya, individu tahu bagaimana dirinya akan dievaluasi, artinya individu tahu kriteria yang akan digunakan untuk mengukur dan menilai kerjanya. Karyawan tahu apa yang diharapkan dan apa yang menentukan bahwa suatu pekerjaan telah diselesaikan dengan baik.

6. Kekuatan Budaya Perusahaan

Menurut Cook et al (1997, h. 123) sebuah perusahaan dikatakan memiliki budaya yang kuat apabila anggota-anggotanya menerima dan merasa memiliki seperangkat keyakinan, nilai-nilai dan asumsi-asumsi yang sama. Budaya yang kuat memiliki cara-cara bertingkah laku yang diterima secara luas oleh anggota

anggota perusahaan sehingga memberi petunjuk mengenai perilaku yang diharapkan dan yang tidak. Budaya yang kuat memiliki karakteristik (Gibson et al, 1997, h. 33) adanya nilai-nilai inti yang dibagi bersama diantara para karyawan. Semakin banyak karyawan yang membagi dan menerima nilai-nilai inti, maka semakin kuat budaya dan semakin mempengaruhi perilaku.

Budaya yang kuat sering dikatakan membantu kinerja bisnis karena menciptakan suatu tingkat motivasi yang luar biasa dalam diri karyawan. Nilai-nilai dan perilaku yang dianut bersama membuat orang merasa nyaman dalam bekerja. Praktek-praktek tertentu yang diyakini umum terjadi di perusahaan dengan budaya kuat dikatakan membuat pekerjaan secara intrinsik dihargai. Praktek-praktek tersebut seperti, melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan dan mengakui peran serta mereka (Kotter dan Heskett, 1997, h. 18).

Menurut Luthan (1998, h. 552) kekuatan budaya perusahaan ditentukan oleh dua faktor, yaitu:

a. Kebersamaan

   Kebersamaan adalah sejauh mana karyawan perusahaan mempunyai nilai-nilai inti yang dianut bersama. Derajat kebersamaan dipengaruhi oleh unsur orientasi dan imbalan. Orientasi dimaksudkan pembinaan kepada karyawan perusahaan khususnya karyawan baru baik melalui bimbingan seorang karyawan enior terhadap karyawan baru maupun melalui program-program latihan. Melalui program orientasi, karyawan baru perusahaan diberi nilai-nilai budaya yang perlu dianut secara bersama oleh para karyawan perusahaan. Disamping orientasi bersama, juga dipengaruhi oleh imbalan. Imbalan dapat

berupa kenaikan gaji, jabatan (promosi), hadiah-hadiah dan tindakan-tindakan lainnya yang membantu memperkuat komitmen nilai-nilai inti budaya perusahaan.

b. Intensitas

Intensitas adalah derajat komitmen dari para karyawan pada nilai-nilai inti budaya perusahaan. Derajat intensitas bisa merupakan struktur dari sistem imbalan. Keinginan karyawan untuk melaksanakan budaya dan bekerja semakin meningkat apabila mereka diberi imbalan. Oleh karena itu pemimpin perusahaan perlu memperhatikan dan menaati struktur imbalan yang diberikan pada para karyawan perusahaan guna menanamkan nilai-nilai inti budaya perusahaan.

Robbins (2001, h. 250) menyatakan bahwa dalam suatu budaya yang kuat, nilai inti dipegang secara intensif oleh perusahaan dan dianut bersama secara meluas. Makin kuat budaya suatu perusahaan, makin kurang manajemen perlu memperhatikan pengembangan aturan dan pengaturan formal untuk memandu perilaku karyawan. Budaya perusahaan yang kuat juga meningkatkan konsistensi perilaku dan menunjukkan kesepakatan yang tinggi dikalangan karyawan mengenai apa yang dipertahankan oleh perusahaan tersebut sehingga terbina kepaduan, kesetiaan, dan komitmen perusahaan.

C. Hubungan antara Budaya Perusahaan dengan Kreativitas

Salah satu ‘truisme’ dalam dunia manajemen perusahaan adalah, bahwa setiap organisasi mempunyai karakteristik atau jati diri yang khas. Artinya, setiap organisasi ‘kepribadian’ sendiri yang membedakannya dari perusahaan-perusahaan lain. Tentunya kepribadian yang khas itu tidak serta merta terbentuk ketika perusahaan didirikan. Diperlukan waktu sebagai proses organisasi itu tumbuh, berkembang dan mapan. Pada setiap perkembangan itu dikatakan, bahwa perusahaan akan menemukan jati diri yang khas, dengan demikian ia akan mempunyai kepribadian.

Menurut Robbins (2001, h. 247) budaya perusahaan mengacu ke suatu sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan perusahaan itu dengan perusahaan-perusahaan yang lain. Budaya perusahaan itu berkaitan dengan bagaimana karyawan mempersepsikan karakteristik dari budaya suatu organisasi, bukan menilai apakah karyawan menyukai budaya tersebut atau tidak. Dalam suatu perusahaan terdapat budaya dominan yaitu budaya yang mengungkapkan nilai-nilai inti yang dianut bersama oleh mayoritas anggota organisasi. Selain budaya dominan terdapat sub budaya, namun budaya dominan yang diakui sebagai budaya perusahaan.

Budaya dalam suatu perusahaan tidak dapat dikatakan baik ataupun buruk namun budaya itu ada dalam suatu perusahaan. Budaya meningkatkan komitmen organisasi dan meningkatkan konsistensi dan perilaku karyawan yang bermanfaat bagi perusahaan. Melalui titik pandang seorang karyawan, budaya bernilai karena mengurangi ambiguitas. Budaya memberitahu para karyawan bagaimana segala

sesuatu dilakukan dan apa yang penting. Dalam suatu penelitian yang dilakukan oleh Hartijasti (2001, h. 14) pada karyawan enam perusahaan industri jasa sebanyak 583 orang, hasil dari penelitian ini memperlihatkan adanya hubungan budaya organisasi dan kinerja perusahaan.

Jika dalam suatu perusahaan memiliki budaya perusahaan yang lemah (Killman et al dalam Tika, 2006, h.111), maka karyawan tidak dapat melaksanakan tugas-tugasnya dengan baik. Hal ini terlihat dari kurangnya motivasi dan semangat kerja, timbul kecurigaan-kecurigaan, komunikasi kurang lancar, dan lunturnya loyalitas atau kesetiaanya pada tugas utamanya dan komitmen pegawai terhadap perusahaan. Akibatnya perusahaan menjadi tidak efektif dan kurang kompetitif.

Menurut Deal dan Kennedy (dalam Tika, 2006, h.111) budaya perusahaan yang lemah memiliki ciri-ciri antara lain mudah terbentuk kelompok-kelompok yang bertentangan satu sama lain, kesetiaan kepada kelompok melebihi kesetiaan pada perusahaan, karyawan tidak segan-segan mengorbankan kepentingan perusahaan untuk kepentingan kelompok atau untuk kepentingan pribadi. Budaya perusahaan berada pada lingkungan kerja tempat individu bekerja. Lingkungan sosial dan psikologis terdekat individu yang bersangkutan penting dalam mempertimbangkan bagaimana cara merangsang kreativitas individual, orang-orang yang mendapatkan kepuasan dari pengembangan cara-cara kerja yang baru dan lebih baik akan menjadi frustasi dan seringkali pergi. Dalam suatu perusahaan terdapat pula budaya yang secara potensial bersifat disfungsional, budaya

dianggap sebagai beban yaitu bilamana nilai-nilai bersama tidak cocok dengan nilai yang akan meningkatkan keefektifan perusahaan tersebut.

Budaya perusahaan yang demikian mengakibatkannya karyawan tidak merasa nyaman dalam bekerja sehingga prestasi kerja menjadi menurun. Dalam perusahaan *broadcasting* hal ini menjadi masalah karena tanpa adanya budaya perusahaan yang kuat maka karyawannya akan mengalami hambatan dalam berinovasi. Padahal kreativitas merupakan kunci utama nyawa suatu produksi acara televisi karena tanpa kreativitas maka tayangan dihasilkan tidak menarik.

Bekerja di dunia *broadcasting*, tidak hanya cukup sekedar menguasai teori tetapi juga harus mampu dipalikasikan. Sebaliknya kemampuan praktek ataupun pengalaman tidak cukup apabila tidak dilandasi oleh teori-teori yang relevan. Perpaduan antara teori dan praktek bidang keahlian komuniakasi penyiaran khususnya dalam memproduksi dan menyiarkan mata acara akan meningkatkan kreativitas bagi seseorang yang bekerja di dunia *broadcasting* untuk menciptakan dan menghasilkan program siaran yang menarik khalayak.

Seorang *broadcaster* yang profesional adalah harus kreatif dan dinamis. Kreatif berarti dia harus memiliki kemampuan didalam mengkreasikan isi siaran menjadi suguhan yang menarik dan enak dinikmati. Sedangkan dinamis berarti ia harus mampu membuat isi siaran tidak monoton dan selalu bervariasi mengikuti irama perkembangan masyrakat (Suprapto, 2006, h. 57)

Kreativitas sangat diperlukan terutama bagi karyawan unit produksi karena dalam unit produksi seorang karyawan diharuskan untuk memberikan ide-ide agar acara yang ditayangkan menarik perhatian penonton untuk melihatnya. Namun

jika karyawan tidak kreatif maka tontonan akan terlihat membosankan dan stasiun televisi akan ditinggalkan oleh pemirsanya. Hal ini merupakan masalah besar karena penonton merupakan konsumen bagi stasiun televisi. Tanpa penonton stasiun televisi tidak dapat berdiri, karena itu seorang karyawan *broadcasting* sangat dituntut bekerja dengan memiliki kemampuan kreativitas.

Kondisi lingkungan organisasi atau sosial tempat seseorang bekerja dapat secara langsung mempengaruhi kreativitas (Rowe, 2005, h.40). Amabile, salah seorang peneliti terdahulu yang mengenali pentingnya lingkungan dan bagaimana kepribadian, dorongan dan motivasi akan mempengaruhi proses kreativitas (dalam Rowe, 2005, h.40). Dia menemukan bahwa peningkatan kinerja biasanya akan tercapai jika kreativitas difasilitasi untuk berkembang. Dia juga menemukan bahwa kreativitas bergantung pada kemampuan untuk menggunakan katerampilan yang relevan dengan permasalahan yang di hadapi, mengembangkan keahlian dan bakat seseorang dalam bidang yang spesifik.

Sebuah perusahaan yang bergerak dibidang *broadcasting* merupakan bagian dari suatu media massa dimana terdapat karakteristik yang khas yang dimiliki dibandingkan dengan perusahaan lain. *Broadcasting* memberikan produk berupa jasa dengan mengandalkan komunikasi massa sebagai sumber produknya. Media massa merupakan suatu kesatuan jika dilihat dari luarnya, namun pada hakekatnya terdiri atas beberapa bagian kerja dengan kepentingan yang berbeda-beda, hal ini demi satu tujuan yaitu terwujudnya acara televisi yang berkualitas dan dapat dinikmati oleh pemirsa televisi.

Menurut McQuail (1987, h. 138) televisi sebagai salah satu organisasi media merupakan latar khusus yang sedikit banyaknya memiliki sistem manajemen tersendiri. Dalam latar khusus seperti itulah produksi diselenggarakan. Konsep organisasi media tidak selamanya mudah diterapkan dalam praktek, karena batasan dan aturan organisasi seringkali ditata ulang, serta tidak jelas. Hal demikian disebabkan oleh adanya pemisahan tugas secara fungsional sehingga dalam menyelenggarakan proses produksi seorang karyawan televisi harus bekerja sama secara langsung dengan karyawan yang memiliki keahlian yang berbeda-beda yang mengharuskan para karyawan untuk saling berinteraksi satu sama lain.

Interaksi karyawan dengan lingkungan kerja berkaitan dengan pola kebiasaan yang ada di perusahaan. Pola kebiasaan tersebut umumnya telah menjadi budaya yang ada di perusahaan itu. Cara karyawan berinteraksi dengan lingkungan kerjanya harus disesuaikan dengan budaya perusahaan. Budaya perusahaan dapat menjadi acuan bagi ketentuan atau peraturan yang berlaku. Para pemimpin dan karyawan secara tidak langsung akan terikat sehingga dapat membentuk sikap dan perilaku yang sesuai dengan visi, misi dan strategi perusahaan.

Tika (2006, h. 141) memberikan gambaran pengaruh budaya perusahaan pada kinerja karyawan, yaitu perusahaan berbudaya kuat, karyawan cenderung berbaris mengikuti penabuh genderang yang sama. Budaya kuat mempengaruhi kinerja bisnis karena menciptakan suatu tingkat motivasi yang luar biasa dalam diri karyawan. Budaya kuat membantu kinerja karena memberikan struktur dan

kontrol yang dibutuhkan tanpa harus bersandar pada birokrasi formal yang mencekik yang dapat menekan tumbuhnya motivasi dan inovasi.

Suatu penelitian yang dilakukan oleh Glisson dan James (2002, h. 767) pada sekelompok subjek yang terdiri dari tim-tim yang melayani kesejahteraan anak-anak dan keadilan bagi para pemuda ditemukannya dalam tim hubungan antara iklim organisasi dan budaya organisasi mempengaruhi sikap, persepsi dan perilaku individu. Hal ini berarti indvidu dalam suatu organisasi akan berperilaku relatif sama pada budaya organisasi yang kuat. Melalui persamaan sikap, persepsi dan perilaku yang ditunjukkan oleh anggota maka dapat diarahkan sesuai dengan tujuan dari organisasi, sehingga ketika individu berada dalam bidang *broadcasting* maka individu tersebut diharapkan kreatif dan dinamis.

Tika (2006, h. 109) mendefinisikan budaya perusahaan yang kuat sebagai budaya yang nilai-nilainya baik formal maupun informal dianut secara bersama dan berpengaruh positif terhadap perilaku dan kinerja pimpinan dan karyawan perusahaan sehingga kuat dalam menghadapi tantangan internal dan eksternal. Nilai-nilai budaya dapat diterjemahkan sebagai filosofi usaha, asumsi dasar, slogan/moto perusahaan, tujuan umum perusahaan, dan atau prinsip-prinsip yang menjelaskan usaha. Nilai-nilai tersebut apabila dianut dan dilaksanakan secara bersama oleh pemimpin dan karyawan dapat memperkuat budaya perusahaan.

Berhasil tidaknya karyawan menyesuaikan diri dengan lingkungan, salah satunya dipengaruhi oleh proses sosialisasi budaya perusahaan. Proses ini akan membantu karyawan untuk memahami budaya perusahaan secara menyeluruh sehingga mampu menyesuaikan dan menginternalisasi nilai-nilai dan norma-

norma yang dimiliki perusahaan. Menurut Luthans (1998, h. 560), proses sosialisasi dapat dilakukan melalui penilaian kinerja dan pemberian penghargaan.

Nilai-nilai budaya juga dapat disebarkan melalui pendalaman bidang pekerjaan. Hal ini dimaksudkan agar karyawan dapat memahami dengan baik apa yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya sehingga semakin menyatu dengan budaya kerja yang ada di perusahaan. Karyawan yang telah menyatu dengan budaya perusahaan bermakna bahwa ia mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan sehingga akan merasakan kepuasan terhadap sistem-sistem yang ada, seperti penilaian kinerja, promosi, gaji, hubungan interpersonal serta kepuasan terhadap pekerjaan secara umum. Selain itu, pemahaman terhadap tugas dan tanggung jawab diharapkan membuat karyawan mampu menguasai keterampilan yang diperlukan untuk pekerjaan dan berhasil melakukan perannya karena ada identitas tugas yang jelas dan tidak mengarahkan pada ambiguitas peran. Adanya kejelasan tugas dan tanggung jawab akan membuat karyawan terlibat dengan pekerjaannya. Melalui lingkungan yang seperti inlah maka akan menjadi lahan yang subur bagi pertumbuhan bagi kreativitas sehingga kreativitas karyawan dapat meningkat.

Berikutnya manajemen puncak suatu perusahaan turut pula berperan dalam mempertahankan budaya perusahaan. Ketika perusahaan menuntut karyawannya untuk kreatif, maka yang pertama-tama perlu diusahakan adalah menciptakan suatu iklim kerja yang menghargai kreativitas dan memberi kesempatan kepada karyawan untuk memikirkan, merancang, meneliti dan mengembangkan produk-produk baru. Munandar (1999, h.22) menyatakan bahwa

kreativitas dapat berkembang dalam lingkungan yang menghargai imajinasi, menekankan pada inovasi, terbuka terhadap perubahan serta diperlukan adanya dorongan pada diri individu, baik dorongan internal maupun dorongan eksternal dari lingkungan sosial dan psikologis.

Menciptakan lingkungan kerja yang suportif dan menantang juga meningkatkan kepercayaan pada kreativitas. Lingkungan harus menyediakan sumber-sumber yang sesuai bagi usaha kreatif dan mendorong tindakan independent untuk memperlancar kreativitas Suatu perusahaan yang menginginkan karyawannya kreatif seharusnya memberikan lingkungan yang aman bagi berkembangnya kreativitas. Berdasarkan suatu riset, lingkungan yang aman ini antara lain lingkungan yang ramah, suportif dan fleksibel tetapi secara intelektual bersifat menantang (West, 2000. h. 43).

Suatu penelitian yang dilakukan oleh Adipoetra (2004, h. 101) pada 100 orang manajer pemasaran hotel-hotel berbintang di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan adanya pengaruh signifikan dari kinerja *team work* terhadap kreativitas. Hasil penelitian ini juga mendukung konsep Amabile et al (1996, h. 1160-1161) yaitu anggota-anggota *team work* dengan segala keanekaragamannya yang mendukung kinerja kreatif melalui ide-ide dan komitmen yang ada dapat menciptakan sebuah kreativitas dalam sebuah organisasi.

Pada lingkungan dunia *broadcasting*, karyawan dituntut mamiliki kemampuan agar dapat memproduksi acara yang menarik, menghibur sekaligus mendidik. Untuk itu dituntut suatu kreativitas yang tinggi dari para karyawannya.

Melalui budaya perusahaan yang kuat diharapkan dapat memberikan suatu lingkungan kerja yang mampu manunjang bagi pertumbuhan dan perkembangan kreativitas. Budaya perusahaan yang mempengaruhi perilaku karyawannya diharapkan memiliki kekuatan juga dalam unjuk kreativitas bagi para karyawannya.

D. Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu ada hubungan positif antara budaya perusahaan dengan kreativitas pada karyawan TVRI Jogja. Semakin kuat budaya perusahaan maka semakin tinggi pula kreativitas karyawan dan sebaliknya, semakin lemah budaya perusahaan maka semakin rendah pula kreativitas karyawan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Kriterium : Kreativitas
2. Variabel Prediktor : Budaya Perusahaan

B. Definisi Operasional

Sifat ilmiah menuntut pengertian objektif bilamana yang paling tidak harus merupakan kesepakatakan bersama mengenai makna sesuatu, karenanya diperlukan adanya definisi operasional. Azwar (2001, h. 74) menyatakan definisi operasional sebagai suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variable tersebut yang diamati. Pada penelitian ini terdapat dua macam definisi operasional, yaitu:

1. Kreativitas

Kreativitas adalah kemampuan individu dalam mengeluarkan dan mengelaborasikan suatu gagasan sehingga inidvidu memiliki rasa ingin tahu terhadap segala sesuatu, senang berimaginasi pada hal-hal yang belum dilakukan oleh orang lain, merasa tertantang oleh kemajemukan meski tahu pilihan yang diambilnya sulit dilakukan, berani mengambil resiko dan bersifat saling menghargai lingkungan sekitar dan kemampuan diri. Tinggi rendahnya kreativitas dapat diketahui melalui tinggi rendahnya skor dalam pengisian Skala Kreativitas.

Semakin tnggi skor yang didapat maka kreativitas yang dimiliki semakin tinggi sebaliknya, semakin rendah skor yang didapat maka semakin rendah kreativitasnya

2. Budaya perusahaan

Budaya perusahaan merupakan kumpulan persepsi karyawan terhadap karakteristik organisasi tempat mereka bekerja yang mencakup bagaimana karyawan memahami dan melaksanakan tujuan perusahaan, konsensus yang dipegang pihak manajemen dan karyawan, keunggulan yang diharapkan oleh manajemen dan bagaimana manajemen mendorongnya, kesatuan dalam melaksanakan proses produksi, prestasi yang diraih oleh karyawan, manajemen memberikan kebijakan berdasar realita, keakraban yang terjalin antara atasan-bawahan maupun dengan rekan kerja, dan kesungguhan karyawan dalam bekerja. Kuat lemahnya budaya perusahaan dapat diketahui dengan melihat tinggi rendahnya skor yang diperoleh subjek dalam pengisian Skala Budaya Perusahaan. Semakin tinggi skor yang didapat berarti semakin kuat budaya perusahaan sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh, maka budaya perusahaan akan semakin lemah.

C. Populasi

Populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Dalam penelitian ini subjek yang digunakan adalah karyawan TVRI Yogyakarta yang termasuk dalam satuan unit produksi sebanyak 92 karyawan. Karena sampel merupakan bagian dari populasi, tentulah sampel

harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *proportionate random sampling*, yaitu pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan proposional, dilakukan sampling ini apabila anggota karakteristik populasi terdiri dari kategori-kategori, kelompok atau golongan yang setara yang diduga berpengaruh kuat pada hasil penelitian. Pada penelitian ini digunakan teknik sampling *proportionate random* karena subjek bekerja secara tim yang masing-masing individu memiliki jenis pekerjaan yang berbeda-beda namun setara satu sama lainnya. Selain itu, teknik ini dipakai untuk mendapatkan sampel yang representatif karena itu pengambilan sampel harus proposional. Karakteristik populasi pada penelitian ini antara lain

1. Subjek merupakan karyawan tetap (PNS) TVRI Yogyakarta.
2. Subjek termasuk dalam unit produksi antara lain bidang program, bidang berita dan bidang teknik yang menyelenggarakan produksi acara.
3. Minimal tingkat pendidikan SMU dengan alasan sebagai kesetaraan tingkat pendidikan.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini format skala yang digunakan adalah skala Likert, skala yang diberikan antara lain:

1. Skala Kreativitas yang disusun peneliti berdasarkan lima karakteritik orang kreatif yaitu rasa ingin tahu, bersifat imaginatif, merasa tertantang oleh kemajemukan, berani mengambil resiko dan sifat menghargai.

Tabel 3.1
Blue Print Skala Kreativitas

NO	ASPEK	NOMOR AITEM		TOTAL
		Favorabel	Unfavorabel	
1	Rasa Ingin Tahu	4	4	8
2	Bersifat imaginatif	4	4	8
3	Merasa tertantang oleh kemajemukan	4	4	8
4	Berani mengambil resiko	4	4	8
5	Sifat menghargai	4	4	8
			Total	40

Tabel 3.2
Distribusi Aitem Skala Keativitas

No.	Indikator	Aitem		Total
		Favorable	*Unfavorable*	
1	Rasa ingin tahu	15, 17, 27, 25	3, 19, 33, 40	8
2	Bersifat imaginatif	2, 8, 32, 35	6, 18, 28, 38	8
3	Merasa tertantang oleh kemajemukan	1, 16, 30, 36	7, 11, 20, 29	8
4	Berani mengambil resiko	12, 21, 23, 39	4, 13, 26, 37	8
5	Sifat menghargai	5, 14, 22, 31	9, 10, 24, 34	8
Total				40

2. Skala Budaya Perusahaan disusun peneliti berdasarkan delapan aspek yaitu tujuan, konsensus, keunggulan, kesatuan, prestasi, empirik, keakraban, dan integritas.

Tabel 3.3
Blue Print Skala Budaya Perusahaan

No.	Indikator	Aitem		Total
		Favorable	*Unfavorable*	
1	Tujuan	3	3	6
2	Konsensus	3	3	6
3	Keunggulan	3	3	6
4	Kesatuan	3	3	6
5	Prestasi	3	3	6
6	Empirik	3	3	6
7	Keakraban	3	3	6
8	Integritas	3	3	6
Total				48

Tabel 3.4
Distribusi Aitem Skala Budaya Perusahaan

No.	Indikator	Aitem		Total
		Favorable	*Unfavorable*	
1	Tujuan	16, 32, 43	7, 24, 48	6
2	Konsensus	6, 25, 42	14, 22, 33	6
3	Keunggulan	11, 34, 47	15, 29, 38	6
4	Kesatuan	3, 31, 40	2, 23, 44	6
5	Prestasi	18, 27, 46	5, 10, 35	6
6	Empirik	13, 28, 41	17, 21, 37,	6
7	Keakraban	1, 19, 30	8, 12,39	6
8	Integritas	4, 20, 36	9, 26, 46	6
Total				48

Tiap skala diatas disediakan lima alternatif respon dan terdiri dari pernyataan yang mendukung (*favorable*) dan tidak mendukung (*unfavorable*) terhadap objek sikap. Penilaian terhadap item *favorable* adalah SS (Sangat Sesuai) = 5, S (sesuai) = 4, N (Netral) = 3, TS (Tidak Sesuai) = 2, STS (Sangat Tidak Sesuai) = 1. Penilaian terhadap item *unfavorable* adalah SS (Sangat Sesuai) = 1, S (sesuai) = 2, N (Netral) = 3, TS (Tidak Sesuai) = 4, STS (Sangat Tidak Sesuai)=5.

E. Daya Beda Aitem, Reliablitas dan Validitas

Penelitian ini dilakukan secara kuntitatif dengan menggunakan skala sebagai alat pengumpul data. Sebelum dilakukan analis data terlebih dahulu dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas.

1. Daya Beda Aitem

   Dalam uji beda aitem skala yang telah di uji cobakan pada subjek akan dilihat apakah aitem tersebut dapat membedakan individu yang sesuai dengan yang akan diukur atau tidak (Azwar, 2004, h.59). Pengukuran ini

menggunakan *product moment Pearson* dan proses penghitungannya menggunakan *Statistical Program for Social Sciene (SPSS) versi 12.00 for Windows.*

2. Reliabilitas

Relibilitas mengacu pada konsistensi, keajegan, dan kepercayaan alat ukur, secara empirik tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukan melalui koefisien reliabilitas (Azwar, 1996, h.180). Batasan koefisien korelasi antara item dengan skor total biasa digunkan 0,30 akan tetapi apabila jumlah item yang lolos tidak mencukupi dapat diturunkan menjadi 0,25 (Azwar, 2004, h. 65). Proses penghitungan menggunakan Statistical Program for Social Sciene (SPSS) versi 12.00 for Windows.

3. Validitas

Validitas adalah ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, koefisien validitas dinyatakan oleh korelasi antara distribusi skor tes yang bersangkutan dengan distribusi skor suatu criteria (Azwar, 1997, h. 174). Pada penelitian ini digunakan validitas isi dimana penyeleksian aitem skala berdasarkan pada professional judgment.

F. Analisis Data

Data yang diperoleh dari suatu penelitian tidak dapat diartikan secara langsung, tetapi perlu diolah lebih dahulu agar data tersebut memberikan keterangan yang dapat dipahami, jelas dan teliti.

Sesuai dengan tujuan utama dari penelitian ini, yaitu untuk mencari hubungan antara kreativitas karyawan sebagai variabel kriterium dengan budaya perusahaan sebagai variabel prediktor, maka teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi (Anareg) Sederhana. Menurut Winarsunu (1996, h. 114), Anareg sederhana adalah suatu teknik statistic parametric yang digunakan untuk menguji hubungan satu variabel preditor (X) dengan satu variabel kriterium (Y), memperkirakan hubungan yang terjadi antara dua variabel, serta menemukan sumbangan relatif variabel prediktor terhadap variabel kriterium. Dalam penelitian ini variabel kriterium adalah kreativitas karyawan (Y), sedangkan variabel prediktor adalah dan budaya perusahaan (X).

Analisis data pada penelitian ini akan menggunakan *Statistical Program for Social Sciene (SPSS) versi 12.00 for Windows.*

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Prosedur dan Pelaksanaan Penelitian

1. Orientasi Kancah Penelitian

Orientasi kancah penelitian dilakukan untuk mengetahui dengan jelas letak dan wilayah penelitian akan dilakukan. Penelitian dilakukan di TVRI Jogja, yang terletak di Jl. Magelang km. 4,5 Yogyakarta. TVRI Jogja adalah stasiun televisi regional milik TVRI yang merupakan stasiun daerah pertama di Indonesia, didirikan pada tahun 1965. Pertama berdiri di Yogyakarta berlokasi di Jalan Hayam Wuruk, tepatnya saat TVRI Jogja dipimpin oleh Kepala Stasiun yang pertama yakni IR. Dewabrata. Konon, untuk mendirikan Menara Pemancar, dibangun dari bahan bamboo (http://id.wikipedia.org/wiki/TVRI _Yogyakarta).

Pada awalnya TVRI Jogja mengudara tiga kali dalam satu minggu yang masing-masing berdurasi dua jam. Pada saat itu jangkauan siaran masih terbatas pada area yang dapat dijangkau pemancar VHF berkekuatan 10 kw, begitu pula format siarannya masih hitam putih. Namun pada tahun 1973, TVRI Jogja telah mulai melakukan siaran setiap hari. Siaran produksi lokal TVRI Jogja tiap harinya mencapai 3 hingga 5 jam, setelah dikumulasikan dengan penyiar terpadu dari TVRI Pusat Jakarta hingga kini TVRI Jogja mampu mengudara sampai dengan 7 hingga 8 jam tiap harinya (http://id.wikipedia.org/wik i/TVRI_Yogyakarta).

TVRI Jogja merupakan stasiun televisi milik pemerintah yang sejak agustus 2006 beralih menjadi BUMN. Dengan peralihan status dari PT menjadi BUMN, TVRI daerah dituntut untuk mendapatkan penghasilan sendiri agar biaya operasional dapat ditutupi. Pemasukan yang biasanya didapatkan dari pemerintah sekarang tidak didapatkan lagi karena anggaran dari APBN hanya sebatas pada pemberian gaji dan pemeliharaan peralatan saja karena itu banyak TVRI regional yang kondisinya sangat memprihatinkan. Pemeliharaan peralatan sebenarnya juga tidak terlalu diperhatikan oleh pemerintah pusat, sehingga banyak sekali peralatan yang rusak dan tidak diperbaiki pada TVRI regional di seluruh Indonesia.

Pola siaran TVRI Jogja dimulai pada pukul 14.00 WIB dan berakhir pada pukul 23.00 WIB. Beragam acara yang ditayangkan oleh TVRI Jogja antara lain Berita Jogja, Bugar, Ceplas ceplos, Harmoni, Karaoke on TV, Obrolan Angkring, Plengkung Gading, Pangkur Jenggleng, dan sebagainya. Berdasarkan hasil jajak pendapat yang dilakukan oleh TVRI Jogja melalui websitenya (http://www.tvrijogja.co.id/?pilih=lihat&id=63) diketahui bahwa acara yang paling sering ditonton adalah Berita Jogja (26,1%), Obrolan Angkringan (21,7%), JOS (15,2%), Wayang Kulit (17,4%), Pangkur Jenggleng (8,7%), Yogyawarta (8,7%), dan Plengkung Gading (2,2%).

Tujuan dari TVRI Jogja untuk kepentingan publik dan bukan memperoleh keuntungan semata seperti halnya televisi swasta. Seperti yang diungkap oleh Ngarso Dalem (Sri Sultan Hamengkubuwono IX) bahwa TVRI Jogja bukan televisi komersial melainkan TV Publik yang bertugas memberikan pendidikan,

pelayanan informasi yang sehat, mengembangkan kebudayaan, dan juga menjadi kontrol dan perekat sosial.

Dalam sebuah stasiun televisi terdapat karyawan yang bertugas dalam siaran televisi dan karyawan penunjang, begitu pula di TVRI Jogja sebagai stasiun televisi yang memiliki beragam acara baik berupa dagelan, pergelaran infotainment, *talkshow* interaktif, *news* dan sebagainya. Karyawan penunjang bertugas sebagai tenaga administrasi dan menempati jabatan struktural dalam TVRI Jogja meliputi bidang SDM dan umum serta bidang keuangan sedangkan yang bertugas bekerja untuk siaran menempati jabatan fungsional.

Karyawan siaran TVRI dibagi menjadi tiga bidang yaitu bidang program, bidang berita, dan bidang teknik. Ketiga bidang tersebut terdiri atas masing-masing kelompok kerja yang memiliki tugas yang berbeda-beda. Suatu acara diproduksi melalui kerja sama ketiga bidang tersebut.

Penelitian ini tertuju pada karyawan produksi sehingga dalam ketiga bidang tersebut yang termasuk karyawan produksi adalah kelompok kerja program, produksi acara, tata artistik, berita, produksi berita, dokumentasi dan operasional berita, reportase dan penerangan, siaran olahraga, dan teknik studio. Kesembilan kelompok kerja ini bertugas dilapangan ketika produksi suatu acara maupun berita sedang berlangsung setelah produksi dilakukan dalam suatu studio maka hasil rekaman kemudian di *edit* oleh karyawan dari kelompok kerja teknik studio. Setelah acara atau berita diproduksi selanjutnya akan ditindak lanjuti oleh kelompok kerja teknik apartus dan teknik transmisi yang bertugas membawa produk acara tersebut sampai pada pemirsa dirumah.

Pemilihan wilayah penelitian lebih didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan berikut:

a. Dalam persaingan dunia pertelevisian TVRI Jogja mengandalkan acara-acara unggulan agar dapat menarik pemirsa Jogja. Akan tetapi dengan terbatasnya anggaran membuat para karyawannya adakalanya merasa harus berjuang untuk mendapatkan gagasan-gagasan yang menarik pemirsa dengan fasilitas yang seadanya.
b. Dalam terpuruknya kondisi TVRI saat ini, TVRI Jogja tetap bertahan di udara karena mengandalkan acara-acara yang berbasis pada budaya Jogja. Namun, berdasarkan survey upaya tersebut tidak juga mendapat sambutan hangat dari masyarakat kawula muda.
c. Belum pernah dilakukan penelitian serupa di TVRI Jogja.
d. Adanya subjek penelitian yang sesuai dengan karakteristik subjek penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya.
e. Adanya penerimaan yang baik dari pihak TVRI Jogja.

2. Persiapan Penelitian

Persiapan penelitian perlu dilakukan agar penelitian berjalan dengan lancar dan terarah. Persiapan penelitian yang dilakukan meliputi persiapan administrasi dan persiapan alat ukur.

a. Persiapan Administrasi

Persiapan administrasi didahului dengan pengajuan proposal penelitian dan surat ijin survay awal ke Kantor Pusat TVRI Jogja. Selanjutnya pihak TVRI

Jogja memberi ijin survay sekaligus ijin penelitian secara lisan pada 25 Oktober 2006. Penelitian baru dapat dilakukan pada bulan April-Mei 2007 dengan mengajukan surat ijin penelitian dengan nomor surat 498/J07.1.16/AK/2007.

TVRI Jogja memberikan jadwal yang cukup fleksibel, sehingga kemudian ditetapkan bahwa jadwal uji coba skala pada tanggal 2 - 6 April 2007, dan penelitian pada tanggal 1-9 Mei 2007.

b. Persiapan Instrument Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua skala, yaitu Skala Budaya Perusahaan dan Skala Kreativitas. Kedua skala ini diujicobakan secara bersama-sama kepada subjek penelitian. Uji coba dilakukan untuk mengetahui indeks daya beda aitem masing-masing skala dan keterpercayaan alat ukurnya.

Jumlah subjek penelitian, baik untuk uji coba maupun penelitian, berjumlah 74 orang. Subjek diambil dari tiga bidang, yaitu bidang program, bidang berita serta bidang teknik. Pengambilan jumlah sampel penelitian menggunakan tabel kretjie, lalu pembagian tiap-tiap kelompok kerja berdasarkan pada rumus (Winarsunu, 2004, h. 14):

$$JSB = \frac{JST}{JPT} xJPB$$

Keterangan:

JSB : Jumlah Sampel Bagian

JST : Jumlah Sampel Total

JPB : Jumlah Populasi Bagian

JPT : Jumlah Populasi Total

Dan jumlah karyawan masing-masing bidang yang ikut dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Karyawan TVRI Jogja

No.	Unit Kerja	Kelompok kerja	Populasi	Perhitungan Sampel Penelitian	Total
1.	Program	a. Program dan penyiaran	5	$\frac{74}{92} X 5 = 4$	30
		b. Produksi Acara	22	$\frac{74}{92} X 22 = 18$	
		c. Tata Acara	10	$\frac{74}{92} X 10 = 8$	
2.	Berita	a. Berita	10	$\frac{74}{92} X 10 = 8$	31
		b. Produksi Berita	5	$\frac{74}{92} X 5 = 4$	
		c. Dokumentasi Peralatan dan operasional berita	14	$\frac{74}{92} X 14 = 11$	
		d. Reportase dan penerangan	5	$\frac{74}{92} X 5 = 4$	
		e. Olahraga	5	$\frac{74}{92} X 5 = 4$	
3.	Teknik	Teknik Studio	16	$\frac{74}{92} X 16 = 13$	13
Jumlah Total			92	74	74

Pembagian skala dilakukan pada jam-jam karyawan tidak sedang bertugas. Oleh karena pekerjaan karyawan broadcasting berbeda dengan pekerja kantoran maka pembagian skala dilakukan fleksibel. Untuk karyawan bidang program dilakukan sekitar pukul 10.00-14.00, karyawan bidang teknik dilakukan sekitar 14.00-16.00 dan karyawan bidang berita sekitar pukul 08.00-09.00 dan 14.00-16.00. Hal ini dilakukan agar pembagian skala ini tidak mengganggu kerja karyawan.

Setelah uji coba skala alat ukur, maka aitem yang valid dan gugur dapat ditentukan melalui teknik korelasi *product moment* dengan menggunakan SPSS versi 12.0. berikut perhitungan daya beda aitem dan reliabilitas variabel penelitian:

1) Daya beda dan reliabilitas Skala Kreativitas untuk Uji Coba

Skala kreativitas sebelum uji coba berjumlah 40 aitem dan setelah uji coba berjumlah 25 aitem. Batas daya beda yang digunakan pada Skala Kreativitas adalah 0,25. Ringkasan daya beda pada Skala Kreativitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Indeks Daya Beda dan Reliabilitas Skala Kreativitas

Skala	R_{1x}Min	R_{1x}Max	Koefisien Reliabilitas
Kreativitas	0,268	0,604	0,834

Berdasarkan hasil analisa didapat 25 aitem valid dan 15 aitem gugur dengan batas daya beda aitem 0,25. Rincian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Sebaran Butir Aitem Valid dan Gugur Skala Kreativitas

Aspek	Nomor Aitem *Favorable*		Nomor Aitem *Unfavorable*		Jumlah Aitem	
	Valid	Gugur	Valid	Gugur	Valid	Gugur
1. Rasa ingin tahu	17, 25	15, 27	3, 19, 33, 40	-	6	2
2. Bersifat imaginatif	2, 35	8, 32	28, 38	6, 18,	4	4
3. Merasa tertantang oleh kemajemukan	1, 16, 36	30	7, 11, 20	29	6	2
4. Berani mengambil resiko	12, 39	21, 23	13, 26	4,37	4	4
5. Sifat menghargai	5, 14, 22	31	9, 34	10, 24	5	3
Jumlah					**25**	**15**

Dengan demikian aitem-aitem tersebut dapat digunakan untuk penelitian dan disusun kembali seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Sebaran Aitem Skala Kreativitas Untuk Penelitian

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah		Jumlah	Bobot (%)
	Fav	*Unfav*	*Fav*	*Unfav*		
1. Rasa ingin tahu	17(33), 25(52)	3(40), 19(56), 33(51), 40(36)	2	4	6	24
2. Bersifat imaginatif	2(34), 35(43)	28(50), 38(55)	2	2	4	16
3. Merasa tertantang oleh kemajemukan	1(46), 16(48), 36(37)	7(35), 11(42), 20(47)	3	3	6	24
4. Merasa tertantang oleh kemajemukan	12(39), 39(44)	13(38), 26(45)	2	2	4	16
5. Sifat menghargai	5(53), 14(49), 22(32)	9(54), 34(41)	3	2	5	20
Jumlah			**12**	**13**	**25**	**100**

Keterangan: Nomor di dalam tanda "( )" dan bercetak tebal adalah nomor aitem baru setelah diacak.

2) Daya beda dan reliabilitas Skala Budaya Perusahaan

Skala budaya perusahaan sebelum uji coba berjumlah 48 aitem dan setelah uji coba berjumlah 31 aitem. Batas daya beda yang digunakan pada skala buaya perusahaan adalah 0,25. Ringkasan daya beda pada Skala Budaya Perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Indeks Daya Beda dan Reliabilitas Skala Budaya Perusahaan

Skala	R_{1x}Min	R_{1x}Max	Koefisien Reliabilitas
Budaya Perusahaan	0, 267	0,589	0,850

Berdasarkan hasil analisa 31 aitem valid dan 17 aitem gugur dengan batas daya beda aitem 0,25. Rincian selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Sebaran Butir Aitem Valid dan Gugur Skala Budaya Perusahaan

Aspek	Nomor Aitem *Favorable*		Nomor Aitem *Unfavorable*		Jumlah Aitem	
	Valid	Gugur	Valid	Gugur	Valid	Gugur
1. Tujuan	32, 43	16	7, 48	24	4	2
2. Konsensus	6, 25	42	14, 22	33	4	2
3. Keunggulan	34, 11	47	29	15, 38	3	3
4. Kesatuan	3, 31, 40	-	2, 44	23	5	1
5. Prestasi	18, 27	46	5, 10, 35	-	5	1
6. Empirik	28, 41	13	37	17, 21	3	3
7. Keakraban	19,30	1	8	12,39	3	3
8. Integritas	4, 36	20	9, 46	26	4	2
Jumlah					**31**	**17**

Dengan demikian aitem-aitem tersebut dapat digunakan untuk penelitian dan disusun kembali seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7
Sebaran Aitem Skala Budaya Perusahaan Untuk Penelitian

Aspek	Nomor Aitem		Jumlah		Jumlah	Bobot (%)
	Fav	*Unfav*	*Fav*	*Unfav*		
1. Tujuan	32(6), 43(29)	7(27), 48(16)	2	2	4	12
2. Konsensus	6(30), 25(15)	14(3), 22(11)	2	2	4	12
3. Keunggulan	11(23), 34(10)	29(21)	2	1	3	9
4. Kesatuan	3(20), 31(26), 40(5)	2(28), 44(7)	3	2	5	16
5. Prestasi	18(9), 27(4)	5(1), 10(17), 35(25)	2	3	5	16
6. Empirik	28(8), 41(18)	37(12)	2	1	3	9
7. Keakraban	19(2), 30(22)	8(19)	2	1	3	9
8. Integritas	4(13), 36(24)	9(31), 46(14)	2	2	4	12
Jumlah			**17**	**14**	**31**	**100**

Keterangan: Nomor di dalam tanda "( )" dan bercetak tebal adalah nomor aitem baru setelah diacak.

3. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan Skala Kreativitas yang terdiri dari 25 aitem dan skala budaya perusahaan yang terdiri dari 31 aitem. Penelitian dilakukan dalam jangka waktu tertentu yang telah ditetapkan bersama dengan pihak manajemen TVRI Jogja, yaitu dari tanggal 1-9 Mei 2007. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menyebarkan skala oleh peneliti sendiri dan tunggu sampai pengisian skala selesai dengan bantuan oleh staf masing-masing bidang.

B. Sampel Penelitian

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah 74 kayawan TVRI Jogja, yang terdiri dari karyawan bidang kerja program, berita, dan teknik yang melakuakan proses produksi. Subjek penelitian terdiri atas sembilan

kelompok kerja, yaitu bidang program terdiri atas program dan penyiaran, produksi berita, dan tata artistik; bidang berita terdiri atas berita produksi berita, operasional dan dokumentasi berita, reportase dan penerangan, serta olahraga; sedangkan bidang teknik adalah teknik studio.

C. Hasil Analisis Data dan Interpretasi

1. Uji Asumsi

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Analisis Regresi Sederhana. Sebelum analisis dilakukan terlebih dahulu dilakukan uji asumsi berupa uji normalitas dan uji linieritas sebagai syarat dalam penggunaan analisis regresi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyimpangan frekuensi observasi distribusi gejala yang diteliti dari frekuensi teoritik kurva normal, atau dengan kata lain untuk mengetahui normal tidaknya sebaran skor variabel kreativitas dan iklim organisasi. Uji normalitas sebaran data dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test.* Hasil selengkapnya dari uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test* tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8
Uji Normalitas Sebaran Data Kreativitas dan Budaya Perusahaan

Variabel	*Kolmogorov-Smirnov*	p	Bentuk
Kreativitas	0,771	0,592	Normal
Budaya Perusahaan	0,698	0,714	Normal

Hasil uji normalitas tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel dalam penelitian ini memiliki distribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari uji normalitas yang menghasilkan *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,771dengan p = 0,592 (p>0,05) untuk kreativitas dan 0,698 dengan p = 0, 714 (p>0,05) untuk budaya perusahaan.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linier antara kedua variabel penelitian. Hubungan yang linier menggambarkan bahwa perubahan pada variabel prediktor akan diikuti oleh perubahan variabel kriterium dengan membentuk garis linier. Uji linieritas pada hubungan antara budaya perusahaan dan kreativitas menghasilkan F_{lin} = 29,70709 dengan p = 0,000 (p<0,05). Hasil uji linieritas kedua variabel dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.9
Uji Linieritas Kreativitas dan Budaya Perusahaan

Nilai F	Signifikansi	p
29,7071	0,000	p<0,05

Hasil uji linieritas menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel adalah linier, sehingga dengan terpenuhinya kedua asumsi ersebut, yaitu normalitas dan linieritas, maka analisis data dapat dilanjutkan dengan uji hipotesis melalui teknik analisis regresi.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dimaksudkan untuk mengetahui hubungan antara kreativitas dan budaya perusahaan. Analisis regresi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan antara kreativitas dengan budaya perusahaan melalui r_{xy} = 0,540 dengan

p = 0,000 (p<0,05). Arah hubungan positif menunjukkan bahwa semakin positif budaya perusahaan maka kreativitas karyawan juga semakin tinggi.

Tingkat signifikansi korelasi p = 0,000 (p<0,05) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara budaya perusahaan dan kreativitas, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara budaya perusahaandengan kreativitas dapat diterima. Perhitungan statistik selengkapnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10
Deskripsi Statistik Penelitian

Variabel	*Mean*	Standar Deviasi	N
Kreativitas	88,91	7,968	74
Budaya Perusahaan	109,69	7,459	74

Uji anova atau F test dalam penelitian ini menghasilkan F hitung sebesar 29,707 dengan tingkat signifikansi 0,000 (p<0,05), maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kreativitas. Keterangan selanjutnya dapat dilihat dalam tabel 4.11:

Tabel 4.11
Rangkuman Analisis Regresi Sederhana Variabel-Variabel Penelitian

Model		*Sum of Squares*	*df*	*Mean Square*	F	Sig
1	Regression	1353,619	1	1353,619	29,707	,000(a)
	Residual	3280,718	72	45,566		
	Total	4634,338	73			

Hubungan antara budaya perusahaan dengan kreativitas dapat digambarkan dalam persamaan garis regresi sesuai hasil yang tercantum dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.12
Koefisien Persamaan Garis Regresi

Model		*Unstandarized Coefficient*		*Standarized Coefficient*	t	Sig
		B	***Std. Error***	**Beta**		
1	Constant	25,584	11,644		2,197	,031
	Budaya Perusahaan	,577	,106	,540	5,450	,000

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat nilai konstanta dan variabel prediktor (budaya perusahaan) yang dapat memprediksi variasi yang terjadi pada variabel variabel kriterium (kreativitas) melalui persamaan garis regresi. Persamaan garis regresi pada hubungan kedua variabel tersebut adalah Y=25,584 + 0,577X, yang berarti bahwa setiap penambahan satu nilai budaya perusahaan akan meningkatkan kreativitas sebesar 0,577.

Tabel 4.13
Koefisien Determinasi Penelitian

Model	R	R *Square*	*Adjusted of Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	,540(a)	,292	,282	6,750

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa koefisien determinasi R square sebesar 0,292. Angka tersebut mengandung pengertian bahwa budaya perusahaan memberikan sumbangan efektif sebesar 29,2% terhadap kreativitas. Sumbangan efektif budaya perusahaan sebesar 29,2% terhadap kreativitas, hal itu mengindikasikan bahwa tingkat konsistensi variabel kreativitas sebesar 29,2% dapat diprediksi oleh variabel budaya perusahaan, sedangkan sisanya 70,8% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

3. Deskripsi Subjek Penelitian

Pengujian hipotesis yang disertai dengan perhitungan besarnya sumbangan efektif variabel prediktor terhadap variabel kriterium, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan klasifikasi kategori untuk mengetahui kondisi budaya perusahaan dan kreativitas karyawan bidang berita, program dan teknik TVRI Jogja. Kategori tersebut disusun berdasarkan skor yang diperoleh dari jawaban subjek penelitian, yang dirangkum dalam tabel 4.14 mengenai gambaran umum skor variabel-variabel penelitian.

Tabel 4.14
Gambaran Umum Skor Variabel-Variabel Penelitian

Variabel	Statistik	Hipotetik	Empirik
Kreativitas	Skor Minimum	25	70
	Skor Maksimum	125	109
	Mean	75	88,91
	Standar Deviasi	16,67	7,97
Budaya Perusahaan	Skor Minimum	31	90
	Skor Maksimum	155	131
	Mean	93	109,69
	Standar Deviasi	20,67	7,46

Gambaran skor tersebut kemudian digunakan untuk menyusun klasifikasi kategori kreativitas dan budaya perusahaan karyawan. Banyaknya kategori dan luasnya interval kategori tergantung pada tingkat diferensiasi yang diperlukan dalam penelitian dan penetapannya berdasarkan standar deviasi dengan memperhitungkan rentangan skor minimum-maksimum hipotetiknya (Azwar, 2004, h.109). Kategorisasi variabel-variabel penelitian dapat dilihat dalam tabel 4.15.

Tabel 4.15
Kondisi Empirik Kreativitas

Sangat Rendah	Rendah	Sedang	Tinggi	Sangat Tinggi
	50,01	66,68	83,35	100,02

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat bahwa Mean empirik variabel kreativitas pada penelitian ini adalah sebesar 88,91 dengan Standar Deviasi (SD) empirik sebesar 7,97, sehingga tampak bahwa pada saat penelitian dilakukan, kreativitas dari subjek penelitian dalam kategori tinggi dengan rentang nilai 83,35 sampai dengan 100,02. Jumlah subjek yang memiliki kreativitas sedang adalah 18 orang (24,3%), dalam kategori tinggi adalah 52 orang (70,2%), dan kategori sangat tinggi adalah 4 orang (6,8%).Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kreativitas subjek tergolong tinggi.

Kategorisasi berikutnya dilakukan atas variabel budaya perusahaan dan hasilnya dapat dilihat dalam tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16
Kondisi Empirik Budaya Perusahaan

Sangat Lemah	Lemah	Sedang	Kuat	Sangat Kuat
62,01	82,68	103,35	124,00	

Berdasarkan tabel 4.16, dapat dilihat bahwa *Mean* empirik variabel budaya perusahaan pada penelitian ini adalah sebesar 109,69 dengan Standar Deviasi (SD) empirik sebesar 7,459, sehingga tampak bahwa pada saat penelitian dilakukan, budaya perusahaan pada subjek penelitian dalam kategori kuat dengan rentang nilai 109,35 sampai dengan 124,02. Jumlah subjek yang memiliki budaya perusahaan sedang adalah 10 orang (13,5%), dalam kategori kuat adalah 63 orang (83,8%), dan kategori sangat kuat adalah 2 orang (2,7%).

BAB V

PENUTUP

A. Pembahasan

Pengujian hipotesis dengan teknik analisis regresi sederhana menunjukkan bahwa ada hubungan yang nyata antara budaya perusahaan dengan kreativitas pada karyawan TVRI Jogja yang mengerjakan produksi. Karyawan TVRI Jogja sebagaimana ditunjukkan oleh angka korelasi r_{xy} = 0,540 dengan tingkat signifikansi korelasi sebesar p = 0,000 (p<0,05). Tidak adanya tanda negatif pada angka 0,540 mengindikasikan arah hubungan yang positif, yaitu semakin tinggi budaya perusahaan karyawan TVRI Jogja maka semakin tinggi kreativitas yang dimiliki oleh karyawan TVRI Jogja, begitu pula sebaliknya semakin rendah budaya perusahaan karyawan TVRI Jogja maka kreativitas yang dimilikinya akan relatif semakin rendah.

Penelitian ini menunjukkan hasil yang sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa ada hubungan antara budaya perusahaan dengan kreativitas pada karyawan TVRI Jogja. Korelasi antara dua variabel tersebut signifikan dengan arah hubungan yang positif. Semakin kuat kumpulan persepsi karyawan terhadap karakteristik organisasi tempat mereka bekerja yang mencakup bagaimana karyawan memahami dan melaksanakan tujuan perusahaan, konsensus yang dipegang pihak manajemen, keunggulan yang diharapkan oleh manajemen dan bagaimana manajemen mendorongnya, kesatuan dalam melaksanakan proses produksi, prestasi yang diraih oleh karyawan, manajemen memberikan kebijakan

berdasar realita, keakraban yang terjalin antara atasan-bawahan maupun dengan rekan kerja, dan integritas (kesungguhan karyawan dalam bekerja) maka akan makin meningkat kemampuan individu dalam mengeluarkan dan mengelaborasikan suatu gagasan sehingga inidvidu memiliki rasa ingin tahu terhadap segala sesuatu, senang berimaginasi pada hal-hal yang belum dilakukan oleh orang lain, merasa tertantang oleh kemajemukan meski tahu pilihan yang diambilnya sulit dilakukan, berani mengambil resiko dan bersifat saling menghargai lingkungan sekitar dan kemampuan diri.

Konsepsi inovasi yang berdasarkan sumber daya manusia akan menempatkan manusia pada dunia tanpa batas, karena sebenarnya sumber daya yang tak pernah habis adalah daya kreasi manusia itu sendiri. Oleh karenanya terbentuk budaya dan iklim yang mendorong terbentuknya sikap dan perilaku proaktif, kreatif, dan inovatif akan membawa manusia dan organisasi pada kekuatan yang sangat besar untuk menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi. Disini dituntut peranan yang besar dari pihak manajemen untuk mengubah lingkungan organisasi menjadi lingkungan yang mendukung kreativitas, melalui sumber daya manusia secara spesifik (Wijayanto, 2003, h. 123).

Kreativitas (Munandar, 1988, h. 11) merupakan fenomena yang melekat dengan kehidupan manusia dan merupakan hasil interaksi manusia dengan lingkungan. Tayangan TVRI Jogja selama ini merupakan hasil karya seluruh karyawan TVRI dalam bahu-mambahu membangun citra TVRI Jogja. Dalam memproduksi suatu acara terdapat suatu tim yang menyusun dan melaksanakan produksi suatu acara. Seorang *broadcaster* haruslah memiliki sikap dinamis dan

kreatif agar acara yang diproduksi menarik. Chandra (1994, h. 17) menjelaskan kreativitas merupakan kemampuan mental dan berbagai jenis ketrampilan khas manusia yang dapat melahirkan pengungkapan yang unik, berbeda, orisinal, indah efisien dan tepat sasaran. Orang yang kreatif memiliki segi-segi mental sebagai berikut: memiliki hasrat, kepekaan, minat, rasa ingin tahu, mendalam dalam berpikir, siap mencoba dan melaksanakan, kesabaran, optimisme, dan mampu bekerja sama.

Kreativitas karyawan TVRI Jogja berada pada kategori tinggi yaitu berada pada rentang nilai 83,35 sampai dengan 100,02. Hal ini mengindikasikan bahwa karyawan TVRI Jogja sebenarnya memiliki gagasan-gagasan dalam melakukan proses produksi tayangan televisi. Karyawan TVRI Jogja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, berdasarkan wawancara pada beberapa subjek didapat bahwa subjek merasa haus akan pengetahuan, hal ini terlihat dari bagaimana Sugeng selalu bertanya pada hal-hal yang tidak dimengerti, maupun Etik yang selalu membeli berbagai macam majalah demi mendapatkan informasi sehingga dapat memperluas wawasannya mengingat Etik merupakan pengarah acara dalam kelompok kerja produksi berita. Selain itu, karyawan TVRI Jogja juga bersifat imaginatif merasa tertantang oleh kemajemukan, berani mengambil resiko dan bersifat saling menghargai.

Kategori tinggi yang dimiliki karyawan TVRI Jogja dalam kreativitas juga mengindikasikan bahwa karyawan bersifat imaginatif, artinya individu senang memikirkan hal-hal baru yang pernah dilakukan oleh orang lain, Individu juga merasa tertantang oleh kemajemukan sehingga selalu menggunakan gagasan-

gagasan yang terbaik sekalipun tahu bahwa gagasan-gagasan tersebut sulit untuk dilaksanakan. Karyawan TVRI Jogja berani mengakui kesalahan yang dilakukan dan berusaha menanggulanginya, tidak mudah dipengaruhi oleh orang lain sehingga dapat mempertahankan pendapatnya didepan orang lain. Karyawan TVRI Jogja menghargai keluarga dan lingkungan sekitarnya, mengerti apa yang penting dalam hidupnya, selalu menghargai kesempatan yang diberikan dan menghargai kebebasan namun tahu kebebasan itu juyga perlu dipikul dengan tanggung jawab.

Karyawan TVRI Jogja memiliki kreativitas yang tinggi, hal ini terbukti dari beberapa penghargaan yang diperoleh TVRI dalam beberapa tahun terakhir ini. Beberapa daerah pun disinyalir juga membeli program yang diproduksi oleh TVRI Jogja, tidak hanya dalam negeri, TVRI Jogja pernah mengirimkan program acara Obrolan Angkringan ke Suriname atas permintaan warga setempat yang rindu akan budaya Indonesia. TVRI Jogja sebenarnya mampu kreatif dan cukup bagus. Dilain pihak banyak warga Jogja yang kurang menikmati acara-acara yang diproduksi oleh TVRI Jogja, sebagian mengaku gambar yang diterima pesawat televisi dirumah mereka kurang jelas dan *setting* yang ada dalam tayangan TVRI Jogja terlihat sudah kuno.

Berdasarkan wawancara dengan beberapa karyawan TVRI Jogja, Mereka mengaku bahwa peralatan yang ada saat ini sangat minim bahkan terdapat satu set master yang tidak terpakai karena sudah rusak dan tidak ada anggaran untuk memperbaiki, bukan itu saja kamera yang ada pun sudah rusak beberapa. Pernah suatu kali diganti dengan *handycam* namun hasilnya tidak memuaskan.

Kekurangan anggaran yang ada juga membuat *setting* acara ditata sedemikian sederhana agar biaya produksi tidak membengkak. Seorang karyawan dari tata artistik mengaku tidak dapat dengan bebas berkreasi karena adanya anggaran yang terbatas, sehingga *setting* selalu menggunakan apa yang ada atau menggunakan furniture dari pihak sponsor.

Sakti, salah seorang staf kepala stasiun juga mengakui bahwa keterbatasan anggaran menjadi pokok masalah yang selama ini dihadapi di TVRI daerah mana pun di seluruh Indonesia. Dana oparasional sebagai dukungan atau dorongan agar karyawan dapat termotivasi dan mengerjakan pekerjaannya dengan sungguh-sungguh hampir tidak ada hal ini berpengaruh pada hasil kreasi yang hendak dicapai.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Sakti, keterbatasan anggaran yang dihadapi oleh TVRI Jogja tidak membuat para karyawannya menyerah begitu saja, terbukti mereka tetap bertahan dalam situasi yang sulit. Selama ini karyawan selalu memiliki motivasi untuk membangun TVRI Jogja agar lebih maju sesuai dengan tujuannya selama ini yaitu menjadi televisi publik yang berakar pada budaya. Seluruh karyawan berusaha memberikan yang terbaik baik bagi pemirsanya.

Perilaku termotivasi akan cenderung meningkat pada saat karyawan diberi bahan-bahan dan perlengkapan yang mencukupi untuk menyelesaikan pekerjaan dan memberikan bimbingan yang efektif. Saat karyawan melakukan pekerjaannya mereka meraskan penguatan ketika ada sebuah penghargaan atas prestasi mereka. Pengharagaan disini bukan sekedar pemberian bonus berupa materi saja,

melainkan suatu pujian dari atasan. Berdasarkan wawancara pada beberapa subjek, mereka mengatakan bahwa setelah kinerja mereka dilihat oleh pihak atasan mereka kemudian diberikan semacam beasiswa dari atasan untuk mengikuti sekolah lagi. Seorang pengarah acara berita misalnya, ia disekolahkan lagi untuk menempuh program D1 di MMTC Jogja jurusan jurnalistik walaupun ia telah kuliah D3 APMD. Mereka mengaku senang disekolahkan lagi, hal itu menunjukkan bahwa manajemen juga peduli dengan prestasi mereka dan menginginkan mereka untuk berprestasi lebih tinggi lagi.

Teori *Reinforcement* (penguatan), menyatakan bahwa perilaku termotivasi oleh konsekuensi atau balasan dari perilaku tersebut. Individu belajar dari pengalaman yang telah didapatkan. *Reinforcement* bersifat individual, tergantung dari keinginan tiap individu. Penelitian yang dilakukan oleh Wijono (2002, h.35) mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara motivasi kerja dengan prestasi kerja, semakin tinggi motivasi kerja maka semakin tinggi pula prestasi kerja pada 150 penyelia bagian produksi di sebuah pabrik tekstil di Jawa Tengah. Berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa motvasi yang dimiliki oleh karyawan akan diikuti pula prestasi kerja. Menurut Seo (2004, h.425), motivasi kerja yang tinggi ditandai dengan adanya pilihan tindakan yang mengarah pada tercapainya tujuan, pengembangan strategi untuk mencapai tujuan, kekuatan usaha untuk mencapai tujuan, dan ketekunan dalam melaksanakan pilihan tindakannya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Umum dan SDM, karyawan TVRI Jogja rata-rata memiliki keinginan dalam diri untuk mewujudkan

tujuan bersama, karena itu semua berusaha sekuat tenaga untuk memproduksi acara yang menarik namun tetap berbasis pada kebudayaan Jogja. Karyawan terlihat berminat dalam memproduksi acara, seorang karyawan dari bidang program mengemukakan keinginannya yang besar untuk memproduksi acara sebanyak-banyaknya jika memang memungkinkan.

Salah satu faktor pembentuk kreativitas adalah minat, hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Negara, dkk (2000, h.286) yaitu minat berarti keingintahuan tentang orang lain, apa yang dilakukan oleh orang lain, mengapa dan bagaimana melakukannya. Keingintahuan tersebut meliputi keingintahuan tentang *trend* mode dan perkembangannya, produk-produk dan jasa baru, serta hal-hal lain yang menyita perhatiannya. Minat yang dimiliki karyawan TVRI Jogja yang sedang digelutinya. Hal ini terungkap dalam wawancara bahwa mereka sangat menikmati pekerjaannya, bahkan ada seorang subjek dari bidang teknik yang mengatakan bahwa ia ingin mengetahui alat-alat lain seperti kamera maupun audio selain yang dipegangnya, *lighting,* saat ini dan suatu saat Sugeng ingin menjadi seorang produser suatu acara.

Suharman (2000, h.166) dalam teorinya, Teori Psiko-Komponensial, mengemukakan bahwa situasi atau proses-proses pokok di dalam kreativitas melibatkan keinginan dan aktivitas pikiran seseorang untuk menghasilkan sesuatu yang baru dan berguna. Karena itu, terdapat beberapa komponen baik berasal dari diri individu maupun lingkungannya yang berinteraksi satu sama lain untuk mempengaruhi proses-proses kreatif. Adapun komponen-komponen yang terlibat dalam kreativitas adalah komponen kognitif, motivasional, karakteristik

kepribadian, dan lingkungan. Suasana fisik dan terutama lingkungan sosial berfungsi sebagai pemelihara agar tugas-tugas kreatif dapat berjalan baik, tanpa gangguan yang berarti. Hubungan antar orang dan suasana kehidupan pada umumnya yang bernuansa demokratis dapat dianggap relevan dengan kreativitas, sebab suasan demokratis sangat memungkinkan orang mendiskusikan suatu masalah, memiliki gagasan dan pendapat yang berbeda dengan orang lain pada umumnya melakukan perbuatan-perbuatan yang tidak lazim berdasarkan minat dan keyakinannya.

Selama ini karyawan TVRI Jogja bekerja dalam suatu tim yang telah disusun secara seksama, hal ini membuat kerja sama dalam tim sangat diperlukan agar psoses produksi dapat berjalan sebagaimana mestinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa orang karyawan TVRI Jogja, didapatkan informasi bahwa hubungan antar karyawan sangat baik. Misalnya, ketika ada karyawan yang membutuhkan bantuan, rekan kerja akan siap membantu. Pertukaran *shift* kadang terjadi jika memang rekan kerja membutuhkan libur disaat ada urusan yang mendesak, dan karyawan akan melakukannya dengan senang hati. Karyawan TVRI Jogja merasa *enjoy* dengan suasana kekeluargan yang ada dalam TVRI Jogja. Suasana nyaman tersebut, menurut karyawan TVRI Jogja mempengaruhi semangat mereka dalam bekerja. Semangat kerja karyawan yang tinggi akan diikuti oleh motivasi yang tinggi pula dalam mengerjakan tugasnya, motivasi yang tinggi inilah menurut Suharman (2000, h.166) yang dinyatakan sebagai suatu hal dapat mempengaruhi kreativitas karyawan.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Adipoetra (2004, h.101), yang menemukan bahwa tim kerja yang baik akan mendukung dan menghasilkan kreativitas yang baik dalam sebuah organisasi. Kinerja kreatif dari tim kreatif dalam sebuah perusahaan akan menimbulkan pengaruh terhadap kreativitas individu dalam perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini juga mendukung konsep Amabile et al (1996, h. 1160-1161) yaitu anggota-anggota *team work* dengan segala keanekaragamannya yang mendukung kinerja kreatif melalui ide-ide dan komitmen yang ada dapat menciptakan sebuah kreativitas dalam sebuah organisasi. Adanya komunikasi dan dorongan dari antar karyawan dapat meningkatkan kreativitas.

Kratzer, et al (2004, h. 67) juga mengemukakan hasil penelitiannya tentang kreativitas yaitu adanya hubungan antara performansi kreatif dengan komunikasi yang dilakukan pada 243 anggota tim dalam 44 tim inovasi yang tergabung dalam 11 perusaahaan Jerman. Hasil yang diperoleh dalam penelitian tersebut antara lain bahwa komunikasi dalam tim inovasi merupakan dasar pendorong agar tim lebih mamiliki performansi kreatif. Komunikasi dalam tim terlihat dalam penelitian ini mempengaruhi seluruh determinan dalam tim inovasi pada perusahaan-perusahaan tersebut. Munandar (1999, h.46) juga menjelaskan bahwa kreativitas akan terwujud jika ada dorongan dan dukungan dari lingkungannya, atau jika ada dorongan kuat dari dalam dirinya sendiri (motivasi) untuk menghasilkan sesuatu

Menciptakan lingkungan kerja yang suportif dan menantang dapat meningkatkan kepercayaan pada kreativitas. Riset telah mengungkapkan bahwa

lingkungan yang ramah, suportif, dan fleksibel, tetapi secara intelektual bersifat menantang akan menghasilkan kreativitas yang tinggi. Orang-orang juga harus menyediakan sumber-sumber yang sesuai bagi usaha kreatif dan mendorong tindakan independent untuk memperlancar kreativitas (West, 2000. h. 43).

Sumbangan efektif yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah sebesar 29,2%, artinya budaya perusahaan memberikan kontribusi sebesar 29,2% terhadap kreativitas karyawan TVRI Jogja. Angka tersebut mengindikasikan bahwa masih ada faktor-faktor lain sebesar 70,8% yang juga mempengaruhi kreativitas karyawan, yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Budaya perusahaan karyawan TVRI Jogja termasuk dalam kategori kuat yaitu antara 103,5 sampai dengan 124,00. Hal ini mengindikasikan bahwa adanya pemahaman karyawan tentang sistem nilai dan norma yang diambil dan dikembangkan dari pola kebiasaan, dan falsafah dari pendirinya yang terwujud dalam perilaku kerja karyawan. Kuatnya budaya perusahaan dalam TVRI Jogja juga akan diikuti oleh peningkatan kinerja karyawan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Hartijasti (2001, h. 14) pada bahwa budaya perusahaan akan membentuk perilaku karyawan sesuai harapan perusahaan mengenai sikap dan kemampuan apa saja yang diperlukan dalam melakukan pekerjaannya sehingga kinerja karyawan dapat meningkat.

Penelitian tersebut juga mendukung penelitian yang dilakukan Glisson dan James (2002, h. 767) bahwa terdapat hubungan antara iklim organisasi dan budaya organisasi dengan sikap, persepsi dan perilaku individu. Hal ini berarti indvidu dalam suatu organisasi akan berperilaku relatif sama pada budaya

organisasi yang kuat. Melalui persamaan sikap, persepsi dan perilaku yang ditunjukkan oleh anggota maka dapat diarahkan sesuai dengan tujuan dari organisasi. Seorang karayawan bertutur bahwa ia sangat menyukai budaya yang ada di Jogja khususnya, karena itu perlu dilestarikan agar tidak hilang tersingkir oleh siaran televisi swasta nasional yang menurutnya kadang tidak sesuai dengan norma-norma bangsa Indonesia. Hal ini disetujui pula oleh Sakti, salah seorang staf dari kepala stasiun TVRI Jogja yang menyatakan bahwa budaya Jogja amat kental dirasakan oleh karyawan TVRI Jogja sesuai dengan penghayatan tujuan dari TVRI Jogja, dilihat dari cara bertutur kata dengan menggunakan bahasa jawa kromo alus dengan atasan atau orang yang dihormati. Pengaruh tersebut didapatkan oleh Dewabrata sebagai seorang figur pendiri TVRI Jogja 44 tahun yang lalu. Budaya Jogja terasa begitu melekat dalam diri karyawan sehingga ketika memproduksi suatu acara tak lepas dari budaya yang selama ini melekat dalam diri karyawan TVRI Jogja.

Budaya perusahaan yang kuat dalam TVRI Jogja juga mencakup konsensus yang dipegang pihak manajemen, hal ini terlihat bagaimana manajemen menghargai setiap pendapat yang diutarakan oleh karyawan. Berdasarkan wawanacara pada Sugeng, ia merasa pihak manajemen memberikan kesempatan padanya untuk berkreasi, bahkan bagi Sugeng yang dahulunya hany seorang satpam, namun berkat unjuk kerja yang Sugeng perlihatkan pada tiap kesempatan yang diberikan maka saat ini Sugeng dipercaya untuk bekerja sebagai *ligthing* atau penata cahaya. Hasil kinerja Sugeng pun sudah diakui oleh atasannya. Menurut Sugeng, hal ini juga terjadi berkat bantuan teman-temannya,

Sugeng tak berhenti untuk bertanya pada hal-hal yang tidak diketahuinya. Berkat dorongan dan kesempatan terbuka yang diberikan oleh atasannya.

Interaksi karyawan dengan lingkungan kerja berkaitan dengan pola kebiasaan yang ada di perusahaan. Pola kebiasaan tersebut umumnya telah menjadi budaya yang dapat menjadi acuan bagi ketentuan atau aturan yang berlaku. Karyawan TVRI Jogja selalu berinteraksi dalam menjalankan pekerjaannya karena pekerjaan dilakukan secara tim. Dari hasil wawancara terhadap beberapa subjek didapat informasi bahwa selama ini mereka selalu berintraksi dengan rekan. Seorang karyawan bidang berita menyatakan bahwa ia harus selalu kontak dengan atasan dan rekan kerjanya dalam mendapatkan berita.

Observasi yang telah dilakukan pada saat penelitian pun terlihat bahwa antar rekan terkesan akrab bahkan dengan atasan yang bisa diajak bekerja ketika melakukan wawancara dengan bawahannya. Pekerjaan dilakukan dengan kerja sama antara bidang program, bidang berita dan bidang teknik. Karyawan TVRI Jogja umumnya mengenal hampir semua karyawan di TVRI Jogja walaupun berbeda bidang, hal ini terlihat ketika ditanya peneliti tentang seorang karyawan dibidang lain seorang karyawan mengenalinya.

Nilai-nilai budaya juga dapat disebarkan melalui pendalaman bidang pekerjaan. Hal ini dimaksudkan agar karyawan dapat memahami dengan baik apa yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya sehingga semakin menyatu dengan budaya kerja yang ada di perusahaan. Karyawan yang telah menyatu dengan budaya perusahaan bermakna bahwa ia mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan sehingga akan merasakan kepuasan terhadap sistem-sistem yang ada,

seperti penilaian kinerja, promosi, gaji, hubungan interpersonal serta kepuasan terhadap pekerjaan secara umum.

Berdasarkan wawancara pada beberapa subjek, subjek menyadari dan mengerti benar dari tugas yang subjek kerjakan. *Job description* mampu subjek gambarkan dengan beberapa pendukung peralatan atau teks yang biasa subjek gunakan. Subjek merasa menikmati pekerjaan yang saat ini subjek geluti bahkan mayoritas subjek yang mengatakan bahwa subjek menyukai pekerjaan lapangan, walaupun memiliki posisi yang lebih tinggi namun subjek enggan untuk menduduki jabatan strutural karena pekerjaannya saat memberikan kepuasan tersendiri bagi subjek. Sebagai seorang *broadcaster* subjek cenderung ingin melakukan aktivitas-aktivitas di lapangan yang membutuhkan waktu dan tenaga yang lebih banyak dari pada harus duduk di kursi selama berjam-jam hanya untuk mengetik dibelakang meja. Menurut subjek pekerjaan seperti itu tidak cocok untuk diri subjek.

Saat proses pengambilan data peneliti menemui kendala yaitu karyawan TVRI Jogja memiliki pekerjaan yang bervariasi sehingga tempat dan waktu bekerja seringkali berbeda. Hal ini menyulitkan peneliti untuk menyebarkan skala sehingga peneliti harus menyebarkan skala dengan memperhatikan jam kerja yang tidak menentu. Peneliti pun harus melobi masing-masing kelompok kerja maupun secara individual untuk bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi skala

B. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terdapat hubungan signifikan antara budaya perusahaan dengan kreativitas pada karyawan TVRI Jogja sebagaimana ditunjukkan oleh angka koefisien korelasi rxy = 0,540 dengan p = 0,000 (p<0,05). Pernyataan tersebut mengandung arti bahwa hipotesis dalam penelitian ini yang menyatakan ada hubungan antara budaya perusahaan dengan kreativitas pada karyawan TVRI Jogja dapat diterima.
2. Hasil penelitian ini juga menunjukkan tingkat kreativitas pada kategori tinggi dengan skor antara 83,35 sampai 100,02 dan budaya perushaan pada kategori tinggi dengan skor 103,5 sampai 124,00.
3. Budaya perusahaan mempunyai sumbangan efektif sebesar 29,2 % terhadap kreativitas. Sedangkan sisanya sebesar 70,8 % disumbang oleh faktor lainnya.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi karyawan TVRI Jogja

   Kreativitas karyawan TVRI Jogja yang sudah tinggi perlu dipertahankan dimana kemampuan yang ada saat ini sudah dapat membantu dalam melakukan proses produksi tayangan dalam TVRI Jogja. Meskipun kreativitas yang dimiliki termasuk dalam kategori tinggi namun penelitian ini hanya

menunjukkan bahwa sikap kreatif yang dimiliki karyawan TVRI Jogja tinggi. Oleh karena itu, kemampuan ini tetap perlu untuk terus ditingkatkan agar dapat mencapai hasil produksi yang lebih maksimal lagi sesuai dengan tujuan didirikannya TVRI yaitu menjadi televisi publik yang berakar pada budaya. Peningkatan kemampuan ini dapat dilakukan dengan cara mengikuti pelatihan-pelatihan yang diselenggarakan oleh TVRI Jogja. Agar kreativitas tetap terjaga karyawan diharapkan memperluas wawasannya dengan membaca buku dan koran serta *browsing* diinternet, percaya pada diri sendiri, banyak berhumor, selalu menuliskan gagasan yang terlintas dalam pikiran.

2. Bagi Manajemen TVRI Jogja

   Manajemen TVRI Jogja disarankan untuk meningkatkan perhatiannya pada proses produksi yang dilakukan oleh karyawan TVRI Jogja, setiap terjadi proses produksi untuk suatu acara harus dilakukan evaluasi sehingga karyawan TVRI Jogja mengetahui apa yang kurang dan lebih dari apa yang telah mereka kerjakan dan menjadikannya sebagai pelajaran untuk masa yang akan datang. Selain itu manajemen perlu pula memperhatikan sarana dan prasarana yang sudah tidak layak pakai dan perlu diganti dengan yang lebih baik lagi untuk memfasilitasi kreativitas karyawan yang sudah tinggi. Kejelasan kebijakan sebaiknya disosialisasikan secara meluas dan transparan sehingga karyawan mampu mengikuti perkembangan dalam TVRI Jogja. Selain itu perlunya dilakukan peningkatan kemampuan sesuai dengan bidang yang digelutinya secara rutin untuk mentransfer pengetahuan-pengetahuan baru terutama tentang perkembangan teknologi dan cara-cara terbaik

mengasah kreativitas melalui pelatihan-pelatihan yang secara rutin diberikan untuk karyawan. Manajemen dapat pula mengadakan sarasehan dalam jangka waktu tertentu sebagai *urun rembug* permasalahan-permasalahan yang selama ini dihadapi oleh karyawan TVRI Jogja baik dengan rekan kerja, fasilitas yang ada maupun dengan pihak manajemen. Acara ini dapat dihadiri oleh seluruh karyawan TVRI Jogja sehingga semua dapat bebas berpendapat tanpa mengenal jabatan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

   Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang kreativitas disarankan untuk memperhatikan faktor lain yang mempengaruhi kreativitas seperti intelegensi, kepribadian dan motivasi.

DAFTAR PUSTAKA

Adipoetra, W. 2004. Upaya Peningkatan Kinerja Pemasaran dengan Konsep *Marketing Strategy Making Process* Melalui Kreativitas Strategi dan Pembelajaran Organisaional. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.* Vol III No.1, Hal. 89-110.

Amabile, T. M, Regina Conti, Heather Coon, Jeffrey Lazenby, dan Michael Herron. 1996. Assessing the Work Environment for Creativity. *Academy of Management Journal.* Vol.39, No 5, p. 1154-1184.

Azwar, S. 2004. *Penyususnan Skala Psikologis.* Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

———— 2001. *Metode Penelitian* Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.

———— 1997. *Pengantar Psikologi Inteligensi.* Yogyakarta: Penerbit Pustaka pelajar.

———— 1996. *Tes Prestasi.* Yogyakarta: Penerbit Pustaka pelajar.

Campbell, D. 1986. *Mengembangkan Kreativitas*. Yogyakarta: Penerbit Kamisius.

Chandra, J. 1994. *Kreativitas: Bagaimana menanamkan, membangun, dan mengembangkannya.* Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Chaplin, J.P. 2000. *Kamus Lengkap Psikologi.* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Coleman, JC. Dan C. L. Hammen. 1974. *Contemporary Psychology and Effective Behavior*. Glenview: Scot, Foresman, and Co.

Cook, C. W., Hunsaker, P. L., & Coffey, R. E. 1997. *Management and Organizational Behavior. 2nd Ed.* USA: Irwin.

Darwanto. 2007. *Televisi sebagai Media Pendidikan.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Gibson, J. L. Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H., Jr. 1997. *Organizational: Behavior, Structure and Process. 9th Ed.* Boston: Irwin.

Glisson, C. & James, L. 2002. The coss level effects of culture and climate in human service teams. Journal of Organizational Behavior. Vol. 23, p. 767-794

Hartijasti, Y. 2001. Hubungan antara Budaya Organisasi dengan Kinerja Perusahaan. *Phronesis.* Vol.3 No. 5, Hal.1-19

Hurlock, E.B. 1978. *Perkembangan Anak*. Jakarta: Erlangga

Kreitner, R., & Kinicki, A. 2002. *Organizational Behavior*. Boston: Richard D. Irwin.

Kotter, J. P., & Heskett, J. L. 1997. *Corporate Cultureand Performance: Dampak Budaya Terhadap Kinerja.* Alin bahasa oleh Benyamin Molan. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Kratzer, J. Lenders, Rogers. T. A., and Engelen, Jo M. L. 2004. Stimulating the Potential: Creativity Performance and Communication in Innovation Teams. Vol 13. No. 1. Diperoleh tanggal 17 Februari 2007 dari http ://www.ecu.edu.au/conferences/herdsa/main/papers/nonref/pdf/DNaidoo.pdf

Krismantari, I. 2005. MTV dan Penontonnya. *Clea*. No. 6 hal. 31-66. Diperoleh tanggal 19 Mei 2007 dari http://four.fsphost com/kunci/clea/clea06_ika.pdf

McQuail, D. 1987. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Miller, L. M. 1987. *Manajemen Era Baru: Beberapa Pandangan mengenai Budaya Perusahaan Modern.* Jakarta: Penerbit Erlangga.

Mulyana, D. 1996. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Munandar, S. C. U. 1999. *Kreativitas dan Keberbakatan: Strategi Mewujudkan Potensi Kreatif dan Bakat*. Cetakan ke-3. Jakarta: PT. Gramedia

_____. 1983. Kreativitas Sebagai Aktualitas Diri: Suatu Tinjauan Psikologis. *Kreativitas: Kumpulan 12 Makalah*. Jakarta: PT. Dian Rakyat.

_____. 1988. *Kreativitas Sepanjang Masa.* Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.

_____. 1985. *Mengembangkan Bakat dan Kerativitas Anak Sekolah*. Jakarta: PT. Gramedia.

Negara, C. S., F. X. Sutyas Prihanto, Frikson C. Sinambela. 2000. Analisis Faktor-faktor Pembentuk Kreativitas pada Tim Kreatif Biro Iklan di Surabaya. *Anima*. Vol 15, 280-292.Panjaitan, E. L. 2006. *Matinya Rating Televisi*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Nystrom, P. C. 1993. Organizational Cultures, Strategies, and Commitments in Health Care Organizations. *Health Care Management Review*, 18, 1, 43-49.

Olsen, R.W. 1996. *Seni Berpikir Kreatif: Sebuah Pedoman Praktis.* Jakarta: Erlangga

Papu, J. *Team Work.* Diperoleh tanggal 22 September 2006 dari www.e-psikologi.com

Pudjiastuti, C. & Susi Iwaty. 2006. *Kekerasan, Si "Primadona Layar Kaca"*. Diperoleh tanggal 28 Februari 2007 dari http://www.kompas.com/kompas-cetak/0612/24/hiburan/3196227.htm.

Robbins, S. P. 2001. *Perilaku Organisasi Jilid I:konsep, kontroversi, aplikasi.* Jakarta Prenhallindo.

_____ 2001. *Perilaku Organisasi Jilid II:konsep, kontroversi, aplikasi.* Jakarta Prenhallindo.

Rowe, A.J. 2005. *Creative Intelligence: Membangkitkan Potensi Inovasi dalam Diri dan Organisasi Anda*. Bandung: Kaifa

Sarafino, E. P. 1997. *Health Psychology, Biopsychosocial Interaction, Third Edition.* New York: John Willey & Sonc Inc.

Schein, E. 1991. *Organizational Culture and Leadership*. Califronia: Jossey-Bass Inc Publishers.

Selamat datang di website TVRI Yogyakarta. Diperoleh tanggal 30 oktober 2006 dari http://www.tvrijogja.co.id/.

Seo, M., Barret, L. F., Bartunek, J. M. 2003. The Role of Affective Experience in Work Motivation. *Academy of Management Review.* Vol. 29, No. 3, h. 423-439

Siagian, S. P. 2000. *Teori Pengembangan Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Subroto, D. S. 1994. *Produksi Acara Televisi*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press.

Suharman, 2000. Teori Psiko-Komponensial Tentang Kreativitas. *Anima.* Vol 15, 166-179.

Suprapto, T. 2006. *Berkarir di Bidang Broadcasting.* Yogyakarta: Media Pressindo.

Suprapto, T. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi.* Yogyakarta: Media Pressindo.

Supriadi, D. 1994. *Kreativitas, Kebudayaan, dan Perkembangan Iptek*. Bandung: Alfabeta.

Tika, M. P. 2006. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan.* Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

Timpe, AD. 1999. *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia: Kreativitas.* Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

TVRI Yogyakarta. Diperoleh tanggal 1 oktober 2006 dari http://id.wikipedia.org/ wiki/ TVRI_Yogyakarta

Waruwu dan Suyasa. 2004. Hubungan Antara Persepsi Mengenai Dukungan Keluarga dengan Motivasi Berprestasi. Suatu Studi Pada Buruh Bangunan di PT Kwinto Viratus Building Contractors, Jakarta. Diperoleh pada tanggal 29 Mei 2007 dari http: www.damandiri.or.id/detail.php?id=335

Watun, R. P. 2004. Sistem Penilaian dan Praktik-praktik Organisasi Perusahaan "X". *Peran Budaya Organisasi Dalam Peningkatan Unjuk Kerja Perusahaan*. Jakarta: Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia.

West, M. A. 2000. *Developing Creativity in Organization.* Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

Wijayanto, B. 2003. Sumber Daya Manusia, Kreativitas, Inovasi: Pengetahuan Sebagai Sumber Keunggulan Kompettitif Berkesinambungan. *Fokus Ekonomi.* Vol 2 No. 2, 123-135

Wijono, S. 2002. Hubungan Anatara Motivasi Kerja dengan prestasi kerja di sebuah perusahaan. *Jurnal Psikologi.* Vol . 13, No. 2, h. 30-41

Winarsunu, T. 2004. *Statistik: Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: UMM Press.

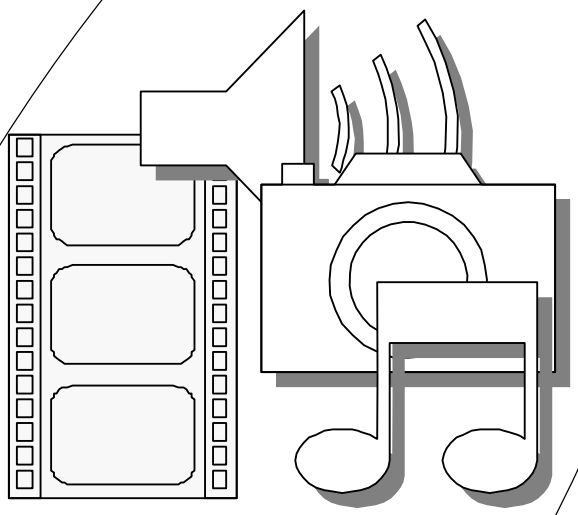
LAMPIRAN A

SKALA BUDAYA PERUSAHAAN DAN

SKALA KREATIVITAS UNTUK

UJI COBA

SKALA PSIKOLOGI



Disusun Oleh:

Ainin Sinta Muthmainah

M2A 002004

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS KEDOKTERAN

UNIVERSITAS DIPONEGORO

SEMARANG-2007

Kepada karyawan TVRI Jogja

Di Jogja

Dengan Hormat,

Pengisian skala Psikologi ini akan memberikan informasi yang berguna bagi pengembangan diri Bapak/Ibu. Sehingga, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi skala ini.

Berikan jawaban sesuai dengan keadaan, perasaan, dan pikiran Bapak/Ibu tanpa pengaruh dari siapapun. Jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya sehingga tidak akan mempengaruhi penilaian kerja.

Atas perhatian yang diberikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Ainin Sinta M.

(M2A 002 004)

Petunjuk Pengisian

(1) Tulislah identitas terlebih dahulu pada lembar identitas yang telah disediakan secara lengkap dan jelas.

(2) Bacalah setiap pernyataan dengan seksama sebelum anda mengisi jawaban.

(3) Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.

(4) Pedoman pilihan jawaban adalah sebagai berikut:

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

N : Netral

TS : Tidak Sesuai

STS : Sangat Tidak Sesuai

(5) Berilah tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang anda pilih. Apabila anda ingin memperbaiki jawaban, berilah tanda (=) pada

jawaban yang ingin anda perbaiki, kemudian pilihlah jawaban baru.

Contoh : Jawaban Semula

STS TS N S ~~S~~

Ingin Diperbaiki

STS TS N S ~~S~~

(6) Skala ini bukan tes, sehingga setiap orang bisa mempunyai jawaban berbeda.

(7) Pastikan tidak ada pernyataan yang belum di jawab ketika anda akan mengumpulkannya kembali.

selamat mengerjakan...

Identitas Diri

Usia :

Kelompok kerja :

Pendidikan terakhir :

Jenis Kelamin : perempuan/laki-laki*

Status pernikahan : menikah/belum menikah*

Tanggal Pengisian Skala : __ April 2007

*coret yang tidak perlu

SKALA 1

No	Pernyataan	Jawaban
1.	Saya memiliki hubungan yang dekat dengan rekan satu tim.	SS S N TS STS
2.	Saya ditegur ketika melakukan pelanggaran sedangkan rekan kerja saya tidak.	SS S N TS STS
3.	Saya merasa manajemen selalu bertindak berdasarkan realita yang ada.	SS S N TS STS
4.	Saya bekerja dengan sepenuh hati demi terwujudnya TVRI Jogja sebagai televisi pilihan yang berakar pada budaya.	SS S N TS STS
5.	Usaha yang saya lakukan tidak dihargai oleh pihak manajemen.	SS S N TS STS
6.	Keputusan yang telah diambil akan	SS S N TS STS

	saya laksanakan dengan sebaik-baiknya.	
7.	Tujuan perusahaan hanya me-rupakan rumusan yang dipajang dimuka ruangan.	SS S N TS STS
8.	Perusahaan tidak mendorong karyawan untuk lebih mengenal satu sama lain.	SS S N TS STS
9.	Bagi saya, kerja tidak perlu kerja sepenuh hati karena imbalan yang saya terima tidak seberapa.	SS S N TS STS
10.	Menurut saya, tidak ada perlakuan yang berbeda dari pihak manajemen untuk karyawan yang berprestasi dan tidak berprestasi.	SS S N TS STS
11.	Dalam bekerja saya mengerahkan seluruh tenaga dan pikiran.	SS S N TS STS
12.	Kehidupan pribadi orang adalah	SS S N TS STS

	urusannya sendiri-sendiri.	
13.	Saya merasa manajemen mem-berikan perlakuan yang adil pada karyawannya.	SS S N TS STS
14.	Keputusan yang tidak sesuai dengan pendapat saya tidak akan saya laksanakan.	SS S N TS STS
15.	Saya merasa lelah dan bosan dengan pekerjaan yang saya jalani saat ini.	SS S N TS STS
16.	Saya mengerti dan memahami visi dan misi TVRI Jogja.	SS S N TS STS
17.	Pengambilan keputusan kadang tidak sesuai dengan kenyataan dilapangan.	SS S N TS STS
18.	Gaji yang saya peroleh sesuai dengan kinerja saya.	SS S N TS STS

19.	Saya mendengarkan rekan kerja yang mengeluh tentang masalah pribadi.	SS S N TS STS
20.	Saya memproduksi acara sesuai bidang yang saya minati sungguh-sungguh.	SS S N TS STS
21.	Promosi yang dilakukan tidak diberitahukan pada karyawan lebih dahulu.	SS S N TS STS
22.	Pendapat yang saya ajukan tidak pernah digubris oleh atasan.	SS S N TS STS
23.	Saya dapat bekerja dengan baik apabila bekerja sendiri.	SS S N TS STS
24.	Tujuan utama saya bekerja adalah untuk mendapatkan gaji.	SS S N TS STS
25.	Karyawan diberikan kesempa-tan yang sama untuk mengemukakan	SS S N TS STS

	pendapat.	
26.	Saya memilih pulang lebih awal setiap ada kesempatan.	SS S N TS STS
27.	Setiap prestasi yang diperoleh karyawan akan memperoleh bonus dari pihak manajemen.	SS S N TS STS
28.	Promosi yang diambil oleh pihak manajemen berdasarkan penga-matan yang dilakukan dilapangan.	SS S N TS STS
29.	Pekerjaan yang tidak berjalan baik merupakan tanggungjawab atasan.	SS S N TS STS
30.	Saya tahu tanggal lahir semua rekan kerja dalam satu tim.	SS S N TS STS
31.	Bekerja dalam sebuah tim mem-buat pekerjaan menjadi lebih efektif.	SS S N TS STS
32.	Saya mematuhi peraturan untuk mewujudkan tujuan yang ingin	SS S N TS STS

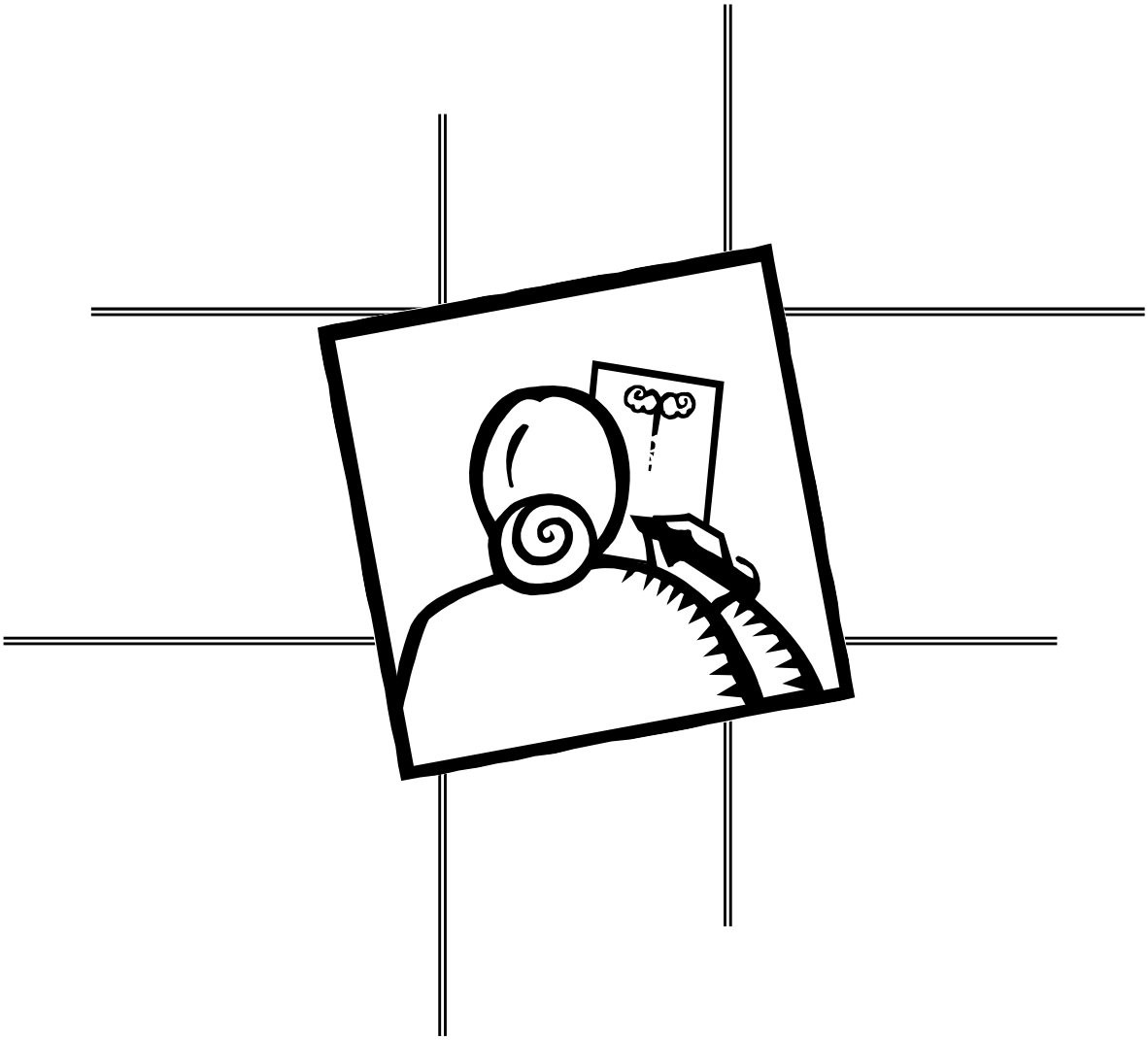
	dicapai oleh TVRI Jogja.	
33.	Karena takut salah saya tidak pernah mengajukan pendapat.	SS S N TS STS
34.	Saya sadar bahwa saya harus menjadi lebih baik dalam waktu mendatang.	SS S N TS STS
35.	Saya merasa manajemen tidak mempedulikan prestasi yang diraih karyawan.	SS S N TS STS
36.	Dalam menayangkan acara, saya berusaha memberikan informa-si yang terpercaya.	SS S N TS STS
37.	Data-data yang ada dalam pihak manajemen seringkali tidak pernah diperbaharui.	SS S N TS STS
38.	Manajemen kurang memberikan reward atas pekerjaan yang berhasil dilakukan.	SS S N TS STS

39.	Saya tidak tahu status (menikah/ belum) rekan kerja.	SS S N TS STS
40.	Saya tidak mempermasalahkan siapapun yang bekerja bersama saya dalam tim.	SS S N TS STS
41.	Manajemen mengemukakan kebi-jakan TVRI Jogja secara transparan kepada karyawan.	SS S N TS STS
42.	Saya berusaha mengemukakan pendapat pada saat rapat.	SS S N TS STS
43.	Saya melestarikan budaya bangsa melalui tayangan-tayangan televisi.	SS S N TS STS
44.	Saya tidak dapat bekerja dengan rekan kerja yang tidak saya sukai.	SS S N TS STS
45.	Pemberian bonus mendorong kinerja karyawan.	SS S N TS STS
46.	Saya membuat alasan palsu ketika	SS S N TS STS

	telat masuk kerja.	
47.	Manajemen selalu mendorong karyawan untuk menampilkan kinerja yang optimal.	SS S N TS STS
48.	Menurut saya budaya bangsa Indonesia sudah ketinggalan jaman.	SS S N TS STS

TERIMA KASIH

ANDA TELAH MENYELESAIKAN SKALA 1



Selamat Mengerjakan Skala 2

SKALA 2

No	Pernyataan	Jawaban
1.	Saya tertantang dengan pekerjaan yang kiranya susah dikerjakan.	SS S N TS STS
2.	Saya berusaha memikirkan untuk melakukan sesuatu yang belum pernah dilakukan sta-siun televisi lain.	SS S N TS STS
3.	Bertanya membuat saya seperti orang bodoh.	SS S N TS STS
4.	Saya takut kegagalan saya diketahui orang lain.	SS S N TS STS
5.	Keluarga dan teman-teman merupakan orang-orang yang penting bagi saya.	SS S N TS STS
6.	Saya merasa puas dengan program acara yang saya kerjakan saat ini.	SS S N TS STS
7.	Gagasan yang rumit justru akan mempersulit pekerjaan saya.	SS S N TS STS

8.	Pemikiran yang saya kemukakan sering dianggap aneh oleh orang lain.	SS S N TS STS
9.	Saya menjalani hidup apa adanya tanpa memikirkannya lebih jauh.	SS S N TS STS
10.	Menurut saya, manusia meru-pakan makhluk *homo homini lupus* (manusia yang memakan manusia yang lain).	SS S N TS STS
11.	Apabila pekerjaan belum selesai saya akan meminta bantuan orang lain.	SS S N TS STS
12.	Saya mengakui apabila saya salah, kemudian saya akan berusaha menanggulanginya.	SS S N TS STS
13.	Apabila rekan kerja mengajak bolos saya akan segera mela-kukannya.	SS S N TS STS
14.	Saya tahu yang penting dalam hidup saya.	SS S N TS STS
15.	Saya bertanya pada setiap hal yang belum saya mengerti	SS S N TS STS
16.	Saya menyelesaikan pekerjaan tanpa meminta orang lain	SS S N TS STS

17.	Saya tidak takut mencoba hal-hal yang baru dalam mengemas suatu acara.	SS S N TS STS
18.	Gagasan baru mengenai kema-san acara yang saya kemuka-kan terlihat biasa saja dimata orang lain.	SS S N TS STS
19.	Saya senang dengan peker-jaan yang monoton.	SS S N TS STS
20.	Tugas yang terlalu sulit saya serahkan pada rekan kerja yang lebih handal.	SS S N TS STS
21.	Saya tidak meminta pertim-bangan orang lain dalam mengambil keputusan.	SS S N TS STS
22.	Menurut saya, kebebasan dalam melakukan pekerjaan itu penting.	SS S N TS STS
23.	Dalam rapat, saya berusaha mempertahankan pendapat.	SS S N TS STS
24.	Saya menolak pekerjaan yang tidak sesuai dengan kemam-puan yang saya miliki.	SS S N TS STS
25.	Saya senang *browsing* di internet demi memperkaya materi dalam penyiaran.	SS S N TS STS
26.	Saya tidak mendebat orang yang	SS S N TS STS

	menolak pendapat saya.	
27.	Saya tertarik mengikuti segala perubahan yang ada dilingkungan.	SS S N TS STS
28.	Saya tidak ingin terlalu lelah berpikir apa yang akan dikatakan oleh orang lain.	SS S N TS STS
29.	Saya memilih jalan keluar yang paling mudah dalam menyelesaikan masalah.	SS S N TS STS
30.	Saya terlibat langsung pada pekerjaan yang membutuhkan pemikiran yang tinggi.	SS S N TS STS
31.	Saya tidak menyia-nyiakan setiap kesempatan yang diberikan.	SS S N TS STS
32.	Saya berkhayal tentang masa depan perkembangan karir saya.	SS S N TS STS
33.	Perkembangan informasi yang ada terlalu banyak dan susah diikuti.	SS S N TS STS
34.	Kebebasan hanya akan merusak ritme kerja tim.	SS S N TS STS
35.	Saya berusaha menerka apa yang	SS S N TS STS

	dikatakan lawan bicara	
36.	Walaupun sulit saya memilih jalan keluar yang terbaik.	SS S N TS STS
37.	Saya ragu-ragu dengan yang apa saya lakukan ketika men-dapat kritik dari orang lain.	SS S N TS STS
38.	Saya tidak ingin membayang-kan hal-hal yang akan terjadi esok hari.	SS S N TS STS
39.	Saya mempertahankan keyakinan yang saya miliki walaupun banyak yang menentang.	SS S N TS STS
40.	Saya tidak punya waktu untuk membaca koran.	SS S N TS STS

LAMPIRAN B

UJI DAYA BEDA DAN RELIABILITAS

SKALA BUDAYA PERUSAHAAN

UJI BEDA DAN RELIABILITAS SKALA BUDAYA PERUSAHAAN

Tahap 1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100,0
	Excluded (a)	0	,0
	Total	74	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	48

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITE0001	161,80	206,684	,087	,826
ITE0002	162,27	199,186	,321	,820
ITE0003	162,97	196,958	,376	,819
ITE0004	161,80	198,794	,455	,818
ITE0005	162,53	196,828	,430	,817
ITE0006	161,80	202,520	,316	,821
ITE0007	162,61	193,310	,482	,815
ITE0008	162,11	199,577	,303	,821
ITE0009	161,99	198,918	,293	,821
ITE0010	163,46	199,950	,302	,821
ITE0011	162,04	201,738	,307	,821
ITE0012	163,84	217,316	-,344	,836
ITE0013	163,28	204,781	,124	,826
ITE0014	162,51	200,144	,287	,821
ITE0015	162,05	202,929	,258	,822
ITE0016	161,96	206,012	,164	,824
ITE0017	163,70	208,349	,014	,827
ITE0018	162,85	200,238	,273	,822
ITE0019	162,38	198,978	,301	,821
ITE0020	162,19	205,662	,105	,826
ITE0021	163,43	202,112	,215	,823
ITE0022	162,35	200,861	,301	,821
ITE0023	162,07	207,762	,032	,827

ITE0024	162,88	202,464	,157	,826
ITE0025	162,19	197,471	,450	,817
ITE0026	162,34	204,473	,150	,825
ITE0027	163,55	198,497	,389	,819
ITE0028	163,00	192,356	,524	,814
ITE0029	162,96	196,067	,350	,819
ITE0030	163,42	200,548	,261	,822
ITE0031	161,65	203,738	,265	,822
ITE0032	161,78	199,185	,574	,817
ITE0033	161,99	205,959	,138	,824
ITE0034	161,68	201,126	,353	,820
ITE0035	163,03	199,314	,297	,821
ITE0036	161,70	202,650	,278	,822
ITE0037	162,77	199,905	,286	,821
ITE0038	163,19	200,594	,215	,824
ITE0039	161,93	205,461	,141	,825
ITE0040	161,86	200,420	,362	,820
ITE0041	162,51	190,801	,614	,812
ITE0042	162,08	205,007	,165	,824
ITE0043	161,73	201,926	,372	,820
ITE0044	162,66	195,377	,418	,817
ITE0045	161,70	206,486	,108	,825
ITE0046	161,95	200,107	,369	,819
ITE0047	162,01	205,219	,182	,824
ITE0048	161,73	202,693	,266	,822

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
165,88	209,286	14,467	48

Tahap 2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100,0
	Excluded (a)	0	,0
	Total	74	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,851	32

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITE0002	108,61	149,557	,335	,848
ITE0003	109,31	149,614	,310	,849
ITE0004	108,14	150,475	,408	,846
ITE0005	108,86	146,310	,500	,843
ITE0006	108,14	153,379	,286	,849
ITE0007	108,95	143,531	,533	,841
ITE0008	108,45	149,538	,332	,848
ITE0009	108,32	147,428	,378	,847
ITE0010	109,80	151,506	,263	,850
ITE0011	108,38	151,745	,328	,848
ITE0014	108,85	150,210	,309	,849
ITE0015	108,39	153,392	,247	,850
ITE0018	109,19	150,758	,275	,850
ITE0019	108,72	149,165	,323	,848
ITE0022	108,69	151,614	,290	,849
ITE0025	108,53	146,691	,535	,842
ITE0027	109,89	150,043	,357	,847
ITE0028	109,34	143,377	,548	,841
ITE0029	109,30	149,225	,277	,850
ITE0030	109,76	151,118	,259	,850
ITE0031	107,99	153,740	,276	,849
ITE0032	108,12	150,136	,564	,844
ITE0034	108,01	150,781	,400	,846
ITE0035	109,36	150,947	,260	,850
ITE0036	108,04	152,231	,317	,848
ITE0037	109,11	150,262	,297	,849
ITE0040	108,20	150,712	,378	,847
ITE0041	108,85	143,060	,597	,840
ITE0043	108,07	152,995	,332	,848
ITE0044	109,00	145,781	,450	,844
ITE0046	108,28	150,535	,379	,847
ITE0048	108,07	152,064	,315	,848

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
112,22	158,802	12,602	32

Tahap 3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100,0
	Excluded (a)	0	,0
	Total	74	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,850	31

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ITE0002	104,78	144,501	,326	,847
ITE0003	105,49	144,061	,322	,847
ITE0004	104,31	145,286	,404	,845
ITE0005	105,04	141,081	,501	,841
ITE0006	104,31	148,272	,273	,848
ITE0007	105,12	138,136	,542	,839
ITE0008	104,62	144,293	,331	,846
ITE0009	104,50	142,034	,385	,845
ITE0010	105,97	146,054	,269	,848
ITE0011	104,55	146,771	,311	,847
ITE0014	105,03	144,712	,319	,847
ITE0018	105,36	145,440	,276	,848
ITE0019	104,89	144,235	,310	,847
ITE0022	104,86	146,392	,286	,848
ITE0025	104,70	141,719	,524	,841
ITE0027	106,07	144,804	,355	,846
ITE0028	105,51	138,061	,555	,839
ITE0029	105,47	143,814	,282	,849
ITE0030	105,93	145,543	,271	,848
ITE0031	104,16	148,549	,267	,848
ITE0032	104,30	144,951	,559	,843
ITE0034	104,19	145,498	,400	,845
ITE0035	105,54	145,211	,278	,848
ITE0036	104,22	146,994	,313	,847
ITE0037	105,28	145,110	,292	,848
ITE0040	104,38	145,608	,369	,845
ITE0041	105,03	138,109	,589	,838

ITE0043	104,24	147,858	,320	,847
ITE0044	105,18	140,448	,456	,842
ITE0046	104,46	145,211	,382	,845
ITE0048	104,24	146,872	,309	,847

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
108,39	153,392	12,385	31

LAMPIRAN C

SEBARAN DATA SKALA BUDAYA PERUSAHAANHASIL UJI COBA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
1	5	2	2	4	2	4	2	4	5	2	4	2	2	2	4	4	2	2	1	4	1	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
2	5	2	2	4	2	4	2	4	5	2	4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	2	3	4	2	2	2	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
3	5	2	2	4	2	4	2	4	5	2	4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	1	3	4	3	2	2	4	3	2	4	3	2	3	3	4	2	3	4	3	2	3	4	2	4	3	3	2	3	2	4	4	3	4	2	4	3	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	3
5	4	3	4	4	1	5	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	2	4	3	3	4	2	3	3	4	2	3	4	3	2	4	2	2	5	4	3	4	4	4	3
6	5	2	3	4	2	4	2	4	5	2	4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
7	5	4	3	5	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	4	4	2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	1	2	3	3	4	5	4	4	2	4	3	1	5	5	2	3	4	4	3	5	3	4
8	4	3	3	4	3	2	2	4	3	2	4	3	2	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	3	2	4	2	2	3	2	4	2	4	4	2	1	3	2	4	2	2	4	4	3	4	4	4	3
9	4	2	2	4	3	4	2	3	4	4	4	2	2	3	4	4	2	4	4	4	2	3	2	2	3	4	3	3	2	2	5	4	4	3	2	3	3	2	4	4	2	3	4	4	5	4	2	5
10	3	2	2	4	4	4	2	4	4	2	4	1	2	3	3	4	2	2	3	5	5	4	3	4	2	3	2	2	2	3	4	4	4	4	5	4	3	4	2	3	2	4	4	3	2	2	4	4
11	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	1	4	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	2	4	3	5	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4
12	5	5	3	4	4	4	3	1	1	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	2	5	4	3	5
13	5	4	2	5	2	5	2	2	5	4	4	4	1	4	3	5	2	1	4	4	2	2	5	5	2	4	2	1	3	1	4	4	4	5	1	5	1	1	5	4	2	4	4	4	5	4	2	5
14	5	3	3	5	4	5	3	3	5	2	5	1	3	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	2	4	4	2	3	4	4	4	4	5	5	3	5	2	2	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4
15	4	4	3	5	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5
16	5	4	2	5	3	3	4	2	5	2	5	3	2	4	3	2	2	3	4	5	3	3	5	4	4	5	3	3	3	5	4	5	5	5	2	5	3	3	5	4	2	5	5	3	3	5	3	4
17	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4
18	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
19	3	2	4	4	4	4	4	5	1	3	5	3	2	3	5	4	4	4	5	4	5	5	4	1	5	4	2	2	2	4	4	4	1	5	1	4	1	1	5	5	5	4	5	3	5	2	5	5
20	4	2	5	3	3	4	4	4	2	3	2	1	4	2	4	4	2	3	4	5	4	4	4	5	3	4	3	5	2	2	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	3
21	5	2	2	5	1	5	1	2	1	1	1	5	2	4	4	4	1	2	2	5	4	1	4	2	2	4	2	2	4	2	4	4	4	1	5	3	1	4	5	5	2	5	5	2	5	4	2	4
22	3	4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	1	2	4	4	4	2	2	4	3	2	3	3	3	4	2	2	2	1	1	3	4	3	4	3	5	4	3	3	4	5	5	4	1	5	5	4	4
23	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	1	4	4	4	5	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
24	4	4	2	3	2	4	2	2	4	2	4	2	2	3	4	5	2	3	4	2	2	3	4	4	3	2	1	2	2	2	5	4	4	5	2	5	2	2	4	2	2	4	4	2	4	4	3	5
25	4	3	2	4	3	4	4	2	4	2	4	2	3	2	4	4	2	2	4	4	2	3	4	4	3	2	1	2	2	2	5	4	4	5	2	5	2	2	4	2	2	4	4	2	4	4	3	5
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	5	5	5	1	1	5	1	1	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	1	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

| | | |

| | | |

LAMPIRAN D

UJI DAYA BEDA DAN RELIABILITAS

SKALA KREATIVITAS

UJI BEDA DAN RELIABILITAS SKALA KREATIVITAS

Tahap 1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100,0
	Excluded (a)	0	,0
	Total	74	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,778	40

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ite0001	135,38	131,773	,315	,771
ite0002	135,36	132,646	,364	,771
ite0003	135,16	133,234	,389	,771
ite0004	135,27	136,501	,147	,777
ite0005	135,19	131,169	,337	,770
ite0006	136,50	135,842	,091	,781
ite0007	135,78	123,953	,621	,757
ite0008	136,80	142,027	-,169	,790
ite0009	136,00	126,575	,440	,765
ite0010	135,64	133,276	,180	,777
ite0011	136,45	131,374	,266	,773
ite0012	135,53	131,568	,281	,773
ite0013	135,12	134,464	,313	,773
ite0014	135,28	131,631	,330	,771
ite0015	135,35	138,039	,032	,781
ite0016	136,12	130,190	,301	,772
ite0017	135,22	131,268	,470	,768
ite0018	136,34	140,912	-,120	,788
ite0019	135,22	132,254	,420	,769
ite0020	136,24	127,447	,399	,767
ite0021	137,18	139,188	-,028	,782
ite0022	135,49	132,226	,282	,773

ite0023	135,86	136,749	,066	,781
ite0024	136,74	136,495	,077	,781
ite0025	135,89	130,153	,382	,769
ite0026	135,35	133,217	,280	,773
ite0027	135,38	136,321	,169	,777
ite0028	135,93	129,078	,422	,767
ite0029	137,09	140,607	-,107	,787
ite0030	135,73	137,104	,058	,781
ite0031	135,31	136,053	,139	,778
ite0032	136,31	132,710	,195	,777
ite0033	135,64	132,701	,324	,772
ite0034	135,88	129,122	,306	,772
ite0035	135,82	128,914	,352	,769
ite0036	135,30	134,075	,309	,773
ite0037	135,82	132,503	,285	,773
ite0038	136,32	124,660	,562	,759
ite0039	135,35	132,642	,394	,770
ite0040	135,72	131,165	,288	,772

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
139,28	139,165	11,797	40

Tahap 2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100,0
	Excluded (a)	0	,0
	Total	74	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ite0001	90,91	106,279	,335	,830
ite0002	90,89	107,550	,358	,829
ite0003	90,69	107,587	,423	,828

ite0005	90,72	104,672	,416	,827
ite0007	91,31	99,916	,607	,819
ite0009	91,53	101,020	,482	,824
ite0011	91,97	105,835	,285	,833
ite0012	91,05	104,874	,359	,829
ite0013	90,65	108,258	,384	,829
ite0014	90,81	106,019	,358	,829
ite0016	91,65	103,957	,357	,830
ite0017	90,74	106,604	,443	,827
ite0019	90,74	107,180	,416	,828
ite0020	91,77	102,864	,394	,828
ite0022	91,01	106,397	,317	,831
ite0025	91,42	105,754	,352	,829
ite0026	90,88	107,889	,285	,832
ite0028	91,46	104,389	,413	,827
ite0033	91,16	107,617	,317	,831
ite0034	91,41	104,874	,279	,834
ite0035	91,35	105,163	,302	,832
ite0036	90,82	108,476	,331	,830
ite0037	91,35	108,286	,231	,834
ite0038	91,85	100,649	,543	,821
ite0039	90,88	106,766	,447	,827
ite0040	91,24	104,872	,346	,830

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
94,81	113,388	10,648	26

Tahap 3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100,0
	Excluded (a)	0	,0
	Total	74	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	25

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ite0001	87,45	101,045	,351	,829
ite0002	87,43	102,632	,354	,829
ite0003	87,23	102,810	,406	,828
ite0005	87,26	99,536	,428	,826
ite0007	87,85	95,169	,604	,818
ite0009	88,07	96,228	,480	,823
ite0011	88,51	100,993	,280	,832
ite0012	87,59	100,025	,355	,829
ite0013	87,19	103,224	,388	,828
ite0014	87,35	101,217	,350	,829
ite0016	88,19	98,786	,369	,828
ite0017	87,28	101,549	,451	,826
ite0019	87,28	102,370	,404	,828
ite0020	88,31	98,108	,388	,828
ite0022	87,55	101,237	,328	,830
ite0025	87,96	100,697	,358	,828
ite0026	87,42	102,713	,296	,831
ite0028	88,00	99,425	,416	,826
ite0033	87,70	102,842	,304	,830
ite0034	87,95	100,189	,268	,834
ite0035	87,89	100,646	,282	,832
ite0036	87,36	103,221	,351	,829
ite0038	88,39	95,995	,534	,821
ite0039	87,42	101,726	,453	,826
ite0040	87,78	99,816	,352	,829

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
91,35	108,286	10,406	25

LAMPIRAN E

SEBARAN DATA SKALA KREATIVITAS

HASIL UJI COBA

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	4	4	4	4	3	2	2	1	2	2	4	1	4	1	4	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	4	2	2	1	4	3	3	2	2	4	1	2	4	4
2	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	2	3	4	2	3	4	4	2	2	4	4	3	3	2	4	4	4	2	4	4
3	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	2	3	4	2	3	4	4	2	2	4	4	3	3	2	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	2	4	3	2	2	4	4	3	2	3	4	1	3	4	4	4	4	3	4	2
5	4	4	4	4	2	2	2	4	2	2	3	4	4	4	4	2	4	3	4	3	2	2	4	2	3	4	4	1	2	4	4	3	3	1	4	1	4	2	4	1
6	4	4	4	4	1	2	2	4	2	2	4	1	4	4	4	2	4	3	4	3	2	3	4	2	3	4	4	2	2	4	4	3	3	2	4	4	4	2	4	4
7	3	3	4	4	5	2	3	3	2	3	4	4	5	5	3	4	3	3	4	5	3	4	4	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4
8	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	2	4	3	2	2	4	4	3	2	3	4	1	3	4	1	4	4	3	3	4
9	4	3	4	4	5	2	4	2	4	2	2	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	3	2	2	3	4	4	3	2	4	4	3	4	2	3	4	4	2	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	4	4	4	2	5	2	5	4	2	5	5	4	2	2	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	3	3	4	3
11	4	4	5	4	4	2	5	2	4	4	5	4	5	4	5	5	5	2	5	5	3	5	4	3	3	4	5	4	2	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
12	2	4	5	4	5	4	4	2	2	5	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	2	4	4	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5
13	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	2	4	3	4	5	4	4	2	2	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5
14	5	5	4	4	5	1	4	3	3	4	2	5	3	5	5	2	5	4	4	2	2	4	2	4	4	5	5	4	1	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4
15	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4
16	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	3	4	4	2	5	4	3	1	5	5	4	2	3	2	5	2	2	4	4
17	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	2	4	2	3	3	4	3	3	2	3	4	1	4	4	2	4	4	2	4	4
18	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	2	3	4	4	2	2	3	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4
19	5	5	4	4	5	4	4	3	2	1	1	4	4	3	5	2	5	1	4	5	2	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	2	1	3	3	4	5	4	2
20	2	4	5	4	5	4	4	2	2	5	3	4	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	4	2	4	4	4	3	2	4	4	1	3	2	4	4	4	3	4	3
21	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	1	4	2	2	4	4	1	2	4	4	2	4	4	1	4	2	2	2	1
22	5	4	5	4	4	2	3	2	3	5	4	4	5	5	4	4	4	1	4	2	2	4	3	4	4	5	3	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4
23	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
24	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4
25	4	4	4	4	5	3	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4
26	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	2	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	5	1	1	5	5	5	5	1	1	5	1	5	5	1	5	1	5	5	5

29	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	3	4	5	3	5	3	4	3	5	3	2	3	3	3	4	4	3	5	2	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	5
30	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4	2	3	3	4	3	5	1	1	5	3	2	3	4	5	4	2	4	2	2	4	2	3	3	4	4	4	3
31	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	5	2	2	4	2	1	3	5	4	4	1	5	4	2	3	4	3	3	4	3	4	3
32	1	4	5	5	4	4	2	2	5	1	2	4	5	4	5	4	2	3	4	2	1	2	4	1	2	1	4	1	1	4	4	1	4	5	2	4	4	2	2	4
33	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
34	1	3	4	5	4	2	4	2	3	5	4	4	2	3	4	2	4	4	5	2	3	4	4	4	1	4	4	4	3	4	2	4	3	4	1	4	4	5	3	3
35	4	4	4	4	5	2	4	1	5	4	3	3	4	5	3	4	4	3	3	2	2	2	2	4	2	5	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	5	4
36	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	3	2	4	5	4	2	4	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	1
37	5	4	4	3	3	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	2	2	5	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
38	5	3	1	4	5	2	1	2	1	4	1	5	4	5	5	4	5	2	1	2	2	5	2	1	3	4	4	3	1	4	5	5	2	1	4	5	1	1	4	4
39	2	3	4	4	2	4	2	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
40	5	4	5	4	4	2	3	2	3	5	4	4	5	5	5	5	5	2	4	2	2	4	2	4	4	5	3	4	2	4	5	4	4	4	2	4	4	2	4	5
41	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	2	2	4	2	4	2	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4
42	4	4	4	4	5	3	2	2	2	5	1	1	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	2	2	3	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	3
43	3	1	3	5	5	3	5	1	1	3	2	4	4	3	4	5	4	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4	4	2	4	4	2	4	1	4	4	3	2	3	3
44	2	4	4	5	2	4	2	4	2	4	2	4	4	2	4	4	2	2	4	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	2	2	4	2
45	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	4	4	4	2	4	3	4	2	2	4	4	2	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2
46	4	4	4	3	5	1	4	2	1	4	2	5	4	5	4	2	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	4	3	2	3	4	3	4	5	4	4	4	1	5	4
47	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	2	2	4	4	4	2	4	3	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4	2	4	2
48	4	4	4	4	4	1	2	2	2	4	1	5	5	5	4	5	5	4	4	1	2	2	4	2	3	4	4	4	1	4	5	2	4	2	2	5	4	1	4	2
49	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	2	3	4	4	3	2	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4
50	4	4	5	4	4	2	5	2	4	4	5	4	5	4	5	4	5	1	5	5	2	5	3	3	3	4	5	5	2	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
51	5	5	4	4	5	2	4	2	4	5	4	5	4	5	4	4	5	2	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	2	4	2	1	4	5	5	4	4	4	4	5
52	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4
53	2	4	4	4	4	2	2	2	1	2	4	4	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4	4	2	2	4
54	4	4	4	3	5	2	2	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	2	4	4	2	2	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4
55	3	3	4	2	2	3	2	2	2	4	2	2	4	1	4	2	4	3	3	2	2	4	5	4	5	5	4	4	2	3	4	5	5	5	4	3	3	2	4	3
56	4	3	5	5	5	2	4	2	5	5	1	5	5	5	5	3	4	3	4	2	2	4	3	2	4	5	3	4	2	4	4	3	4	2	2	4	3	3	5	5

57	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	2	2	4	3	2	3	4	4	4	2	4	5	2	4	4	3	2	4	2	4	2
58	4	4	4	4	4	2	4	2	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	2	5	5	1	4	4	5	5	2	5	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4
59	5	4	4	5	4	5	5	1	5	2	1	4	5	5	4	2	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	5	3	2	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	4
60	4	5	4	5	5	5	5	1	4	2	2	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	2	4	5	5	3	2	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4
61	4	5	5	4	5	2	5	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	1	5	4	2	4	5	5	4	2	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4
62	4	4	4	4	5	4	4	2	5	1	2	5	5	4	4	1	5	4	4	1	2	4	5	1	4	4	4	3	1	4	4	2	5	5	5	5	4	4	4	5
63	4	5	4	4	5	2	5	2	5	4	4	4	5	4	4	5	4	2	4	5	1	4	5	2	4	4	4	4	1	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4
64	4	3	4	4	4	2	4	2	4	4	2	4	4	4	5	3	4	3	4	2	2	4	3	2	4	4	3	3	2	4	5	3	4	2	2	4	3	3	4	4
65	4	5	5	3	4	1	3	3	3	5	1	4	3	4	5	1	5	3	5	2	1	5	5	2	2	3	5	4	3	4	5	1	4	5	3	4	3	2	3	1
66	5	3	5	5	5	1	5	3	5	4	3	5	5	5	3	4	5	4	5	2	1	5	3	3	2	4	3	4	1	4	1	2	3	1	2	5	3	2	5	2
67	3	3	4	2	2	3	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	4	3	3	2	2	4	5	4	5	2	4	4	2	3	4	5	5	5	4	3	3	2	2	2
68	3	3	3	4	2	2	4	2	3	4	2	2	4	4	4	2	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	2	4	2	4	3	4	3	1	3	3	3	4	4
69	5	4	4	5	4	1	4	1	3	4	1	4	5	5	4	4	4	3	4	2	2	4	3	2	5	4	4	2	2	4	4	3	4	2	2	5	2	2	4	4
70	5	4	5	4	5	4	4	2	5	1	2	5	4	5	3	3	5	3	5	3	2	5	4	2	5	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
71	3	3	3	2	4	2	4	2	2	3	2	2	4	4	4	2	4	2	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	2	4	2	2	4	3	3	4	5
72	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	2	5	4	4	3	4	4
73	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	5	2	3	3	4	3	4	2	2	4	3	1	3	5	4	4	2	4	4	1	3	4	3	3	3	3	4	3
74	5	4	4	4	5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	4	2	4	3	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	2	4	4	3	4	5	4	4	3	4	2

LAMPIRAN

F

SKALA BUDAYA PERUSAHAAN DAN

SKALA KREATIVITAS UNTUK

PENELITIAN

Skala Psikologi

Disusun oleh:
Ainin Sinta Muthmainah
M2A 002 004

Kepada karyawan TVRI Jogja

Di Jogja

Dengan Hormat,

Bersama ini saya memohon kesediaan Bapak / Ibu meluangkan waktu untuk mengisi skala penelitian ini. Skala penelitian ini disusun untuk mengungkap dan memahami permasalahan yang Bapak / Ibu hadapi sebagai seorang *broadcaster* sehingga dapat diketahui cara untuk mengatasi permasalahan tersebut. Oleh karena itu, saya sangat memohon kesediaan Bapak / Ibu untuk mengisi angket penelitian di bawah ini, demi terungkapnya permasalahan yang Bapak / Ibu hadapi.

Atas kesediaan dan waktu luang yang Bapak /Ibu berikan, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,

Ainin Sinta M.

(M2A 002 004)

Petunjuk Pengisian

1. Tulislah identitas terlebih dahulu pada lembar identitas yang telah disediakan secara lengkap dan jelas.
2. Bacalah setiap pernyataan dengan seksama sebelum anda mengisi jawaban.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda.
4. Pedoman pilihan jawaban adalah sebagai berikut:

    SS : Sangat Sesuai

    S : Sesuai

    N : Netral

    TS : Tidak Sesuai

    STS : Sangat Tidak Sesuai

5. Berilah tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang anda pilih. Apabila anda ingin memperbaiki jawaban, berilah tanda (=) pada jawaban yang ingin anda perbaiki, kemudian pilihlah jawaban baru.
6. Contoh : Jawaban Semula

   STS TS N ~~S~~ SS

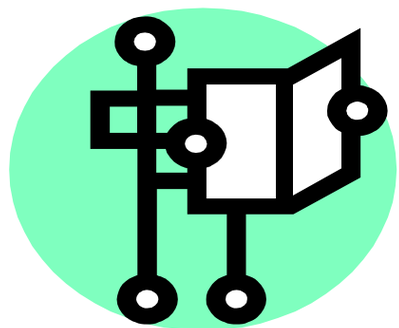
   Ingin Diperbaiki

   STS TS N ~~S~~ SS

7. Skala ini bukan tes, sehingga setiap orang bisa mempunyai jawaban berbeda.
8. Berikan jawaban sesuai dengan keadaan, perasaan, dan pikiran Bapak/Ibu tanpa pengaruh dari siapapun

9. Jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya sehingga tidak akan mempengaruhi penilaian kerja.
10. Pastikan tidak ada pernyataan yang belum di jawab ketika anda akan mengumpulkannya kembali.

Selamat Mengerjakan...



IDENTITAS DIRI

Kelompok kerja :

Usia :

Pendidikan tertinggi :

Jenis Kelamin : perempuan/laki-laki*

Status Perkawinan : menikah/belum menikah*

Tanggal pengisian skala: ___ Mei 2007

*coret yang tidak perlu

No	Jawaban	Pernyataan
1.	SS S N TS STS	Usaha yang saya lakukan tidak dihargai oleh pihak manajemen.
2.	SS S N TS STS	Saya mendengarkan rekan kerja yang mengeluh tentang masalah pribadi.
3.	SS S N TS STS	Keputusan yang tidak sesuai dengan pendapat saya tidak akan saya laksanakan.
4.	SS S N TS STS	Setiap prestasi yang diperoleh karyawan akan memperoleh bonus dari pihak manajemen.
5.	SS S N TS STS	Saya tidak mempermasalahkan siapapun yang bekerja bersama saya dalam tim.
6.	SS S N TS STS	Saya mematuhi peraturan untuk mewujudkan tujuan yang ingin dicapai oleh TVRI Jogja.
7.	SS S N TS STS	Saya tidak dapat bekerja dengan rekan kerja yang tidak saya sukai.

8.	SS	S	N	TS	STS	Promosi yang diambil oleh pihak manajemen berda-sarkan pengamatan yang dilakukan dilapangan.
9.	SS	S	N	TS	STS	Gaji yang saya peroleh sesuai dengan kinerja saya.
10.	SS	S	N	TS	STS	Saya sadar bahwa saya harus menjadi lebih baik dalam waktu mendatang.
11.	SS	S	N	TS	STS	Pendapat yang saya ajukan tidak pernah digubris oleh atasan.
12.	SS	S	N	TS	STS	Data-data yang ada dalam pihak manajemen seringkali tidak pernah diperbaharui.
13.	SS	S	N	TS	STS	Saya bekerja dengan sepenuh hati demi terwujudnya TVRI Jogja sebagai televisi pilihan yang berakar pada budaya.
14.	SS	S	N	TS	STS	Saya membuat alasan palsu ketika telat masuk kerja.
15.	SS	S	N	TS	STS	Karyawan diberikan kesempatan yang sama untuk mengemukakan pendapat.

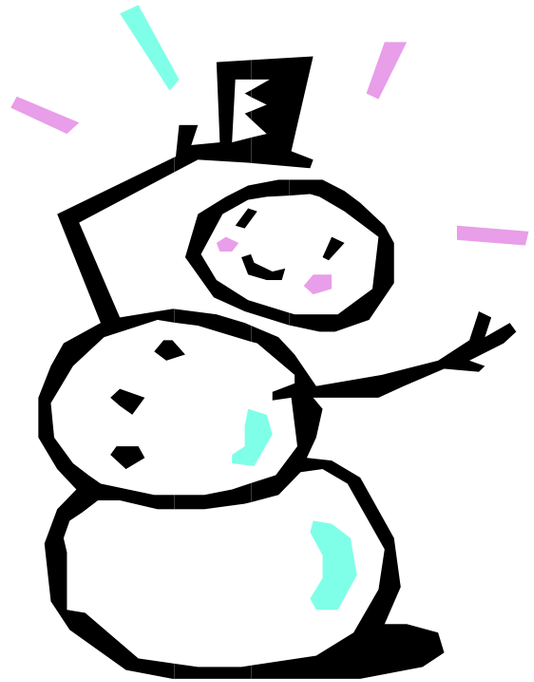
16.	SS	S	N	TS	STS	Menurut saya budaya bangsa Indonesia sudah ketinggalan jaman.
17.	SS	S	N	TS	STS	Menurut saya, tidak ada perlakuan yang berbeda dari pihak manajemen untuk karyawan yang berprestasi dan tidak berprestasi.
18.	SS	S	N	TS	STS	Manajemen mengemukakan kebijakan TVRI Jogja secara transparan kepada karyawan.
19.	SS	S	N	TS	STS	Perusahaan tidak mendorong karyawan untuk lebih mengenal satu sama lain.
20.	SS	S	N	TS	STS	Saya merasa manajemen selalu bertindak berdasarkan realita yang ada.
21.	SS	S	N	TS	STS	Pekerjaan yang tidak berjalan baik merupakan tanggungjawab atasan.
22.	SS	S	N	TS	STS	Saya tahu tanggal lahir semua rekan kerja dalam satu tim.
23.	SS	S	N	TS	STS	Dalam bekerja saya mengerahkan seluruh tenaga dan pikiran.
24.	SS	S	N	TS	STS	Dalam menayangkan acara, saya berusaha memberikan informasi yang terpercaya.

25.	SS	S	N	TS	STS	Saya merasa manajemen tidak mempedulikan prestasi yang diraih karyawan.
26.	SS	S	N	TS	STS	Bekerja dalam sebuah tim membuat pekerjaan menjadi lebih efektif.
27.	SS	S	N	TS	STS	Tujuan perusahaan hanya merupakan rumusan yang dipajang dimuka ruangan
28.	SS	S	N	TS	STS	Saya ditegur ketika melakukan pelanggaran sedangkan rekan kerja saya tidak.
29.	SS	S	N	TS	STS	Saya melestarikan budaya bangsa melalui tayangan-tayangan televisi.
30.	SS	S	N	TS	STS	Keputusan yang telah diambil akan saya laksanakan dengan sebaik-baiknya
31.	SS	S	N	TS	STS	Bagi saya, kerja tidak perlu kerja sepenuh hati karena imbalan yang saya terima tidak seberapa.
32.	SS	S	N	TS	STS	Menurut saya, kebebasan dalam melakukan pekerjaan itu penting.
33.	SS	S	N	TS	STS	Saya tidak takut mencoba hal-hal yang baru dalam mengemas suatu acara.

34.	SS	S	N	TS	STS	Saya berusaha memikirkan untuk melakukan sesuatu yang belum pernah dilakukan stasiun televisi lain.
35.	SS	S	N	TS	STS	Gagasan yang rumit justru akan mempersulit pekerjaan saya.
36.	SS	S	N	TS	STS	Saya tidak punya waktu untuk membaca koran.
37.	SS	S	N	TS	STS	Walaupun sulit saya memilih jalan keluar yang terbaik.
38.	SS	S	N	TS	STS	Apabila rekan kerja mengajak bolos saya akan segera melakukannya.
39.	SS	S	N	TS	STS	Saya mengakui apabila saya salah, kemudian saya akan berusaha menanggulanginya.
40.	SS	S	N	TS	STS	Bertanya membuat saya seperti orang bodoh.
41.	SS	S	N	TS	STS	Kebebasan hanya akan merusak ritme kerja tim.
42.	SS	S	N	TS	STS	Apabila pekerjaan belum selesai saya akan meminta bantuan orang lain.
43.	SS	S	N	TS	STS	Saya berusaha menerka apa yang dikatakan lawan bicara

44.	SS	S	N	TS	STS	Saya mempertahankan keyakinan yang saya miliki walaupun banyak yang menentang.
45.	SS	S	N	TS	STS	Saya tidak mendebat orang yang menolak pendapat saya.
46.	SS	S	N	TS	STS	Saya tertantang dengan pekerjaan yang kiranya susah dikerjakan.
47.	SS	S	N	TS	STS	Tugas yang terlalu sulit saya serahkan pada rekan kerja yang lebih handal.
48.	SS	S	N	TS	STS	Saya menyelesaikan pekerjaan tanpa meminta orang lain
49.	SS	S	N	TS	STS	Saya tahu yang penting dalam hidup saya.
50.	SS	S	N	TS	STS	Saya tidak ingin terlalu lelah berpikir apa yang akan dikatakan oleh orang lain.
51.	SS	S	N	TS	STS	Perkembangan informasi yang ada terlalu banyak dan susah diikuti.
52.	SS	S	N	TS	STS	Saya senang *browsing* di internet demi memperkaya materi dalam penyiaran.
53.	SS	S	N	TS	STS	Keluarga dan teman-teman merupakan orang-orang yang penting bagi saya.

54.	SS S N TS STS	Saya menjalani hidup apa adanya tanpa memikirkannya lebih jauh.
55.	SS S N TS STS	Saya tidak ingin membayang-kan hal-hal yang akan terjadi esok hari.
56.	SS S N TS STS	Saya senang dengan pekerjaan yang monoton.



MATUR NUWUN

Pastikan Anda Sudah Menjawab Semua Pernyataan.

Terimakasih Atas Partisipasi Anda.

LAMPIRAN G

SEBARAN DATA SKALA BUDAYA PERUSAHAAN UNTUK PENELITIAN

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	JML
1	4	4	4	1	5	4	5	5	1	5	3	1	4	5	4	5	1	1	4	1	5	1	4	5	1	5	1	3	4	5	5	106
2	4	4	4	3	4	4	5	3	4	2	3	2	5	4	4	4	2	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	111
3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	5	3	2	4	4	2	4	3	4	4	3	3	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4	104
4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	5	2	4	4	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	119
5	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	3	2	4	5	5	4	2	4	4	2	2	2	4	4	4	3	2	4	4	4	4	113
6	2	4	5	3	5	4	4	1	2	5	2	2	4	3	4	5	4	2	4	2	2	2	4	4	1	5	4	3	4	4	5	105
7	3	4	3	3	5	4	4	3	1	4	4	2	4	5	4	4	2	4	4	2	4	2	1	4	4	5	4	4	4	4	4	109
8	2	1	4	3	3	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	2	5	1	1	1	4	5	5	4	3	5	4	2	3	112
9	2	1	4	3	3	5	4	5	2	4	3	5	5	5	5	5	5	3	2	1	1	1	4	5	5	4	3	5	4	4	4	112
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	114
11	4	4	3	2	4	4	2	3	2	4	4	2	4	4	4	3	2	4	3	2	4	2	4	5	2	4	2	4	5	4	4	104
12	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	5	3	2	2	5	5	3	4	4	3	4	4	5	115
13	3	4	4	3	4	4	4	3	3	5	3	3	5	4	5	5	3	3	4	2	4	2	5	4	2	5	3	3	4	4	4	114
14	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	5	4	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	112
15	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	115
16	4	1	2	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	1	5	4	4	4	1	4	5	4	4	120
17	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	122
18	4	5	2	3	4	5	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	2	3	2	4	3	2	5	5	4	5	4	4	3	112
19	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	110
20	3	4	2	2	4	5	4	2	2	5	3	2	5	5	4	5	2	5	4	2	4	2	4	5	2	5	4	3	5	5	5	114
21	1	4	4	1	4	4	2	1	3	4	1	3	4	4	2	4	2	2	2	2	4	2	4	4	2	4	3	3	2	4	4	90
22	4	4	4	4	2	3	4	3	1	3	5	3	3	4	5	4	5	2	4	4	3	3	1	4	5	3	4	3	3	5	4	109
23	3	5	4	2	5	4	4	3	4	5	2	2	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	4	4	1	5	2	2	4	4	4	101
24	2	3	3	1	4	5	3	1	3	5	2	2	5	5	4	5	2	3	3	3	4	3	4	5	1	4	3	3	5	4	3	103
25	4	4	4	1	3	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	2	2	5	2	4	1	4	5	1	4	3	2	4	4	4	102
26	4	4	3	2	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	4	2	2	2	4	5	2	4	2	3	4	5	4	102
27	4	4	4	2	3	4	4	4	1	5	4	2	5	4	4	4	1	2	4	2	4	2	4	4	2	5	3	2	5	4	5	107

28	3	2	2	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	2	2	5	5	2	3	2	3	4	4	4	100
29	4	4	2	2	4	4	4	3	4	5	4	2	5	4	4	2	2	3	4	3	2	2	5	5	2	3	2	3	4	4	4	105
30	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	5	4	5	4	4	5	5	5	123
31	2	4	4	2	4	4	4	2	2	5	3	4	4	5	4	4	2	4	4	3	2	2	4	5	2	4	4	3	5	4	5	110
32	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	5	2	4	4	5	1	2	3	4	2	2	2	4	4	2	3	2	3	5	4	4	104
33	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	111
34	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	2	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	119
35	4	4	4	3	4	4	4	3	2	5	3	3	5	5	4	5	3	2	4	2	4	2	4	5	2	4	4	3	4	4	5	114
36	3	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	3	5	2	5	3	5	5	4	5	5	4	3	4	5	131
37	4	4	5	2	4	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	2	5	2	4	5	2	4	3	1	4	4	4	106
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	JML
38	4	4	1	1	4	5	5	4	3	5	3	2	5	4	5	4	4	4	1	4	4	4	4	5	4	1	4	2	1	5	4	110
39	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	124
40	3	3	2	3	4	5	1	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3	2	3	3	2	100
41	2	1	4	3	3	5	4	5	2	4	3	5	5	5	5	5	5	3	2	1	1	1	4	5	5	4	3	5	4	2	3	109
42	4	2	4	1	4	4	5	1	4	4	4	3	4	4	4	5	2	4	4	2	4	2	5	4	2	4	4	3	4	5	4	110
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	119
44	2	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	2	4	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	105
45	2	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	2	4	4	3	4	3	2	4	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	105
46	3	3	2	3	4	5	2	4	3	5	4	2	4	4	2	5	5	3	4	3	4	2	5	4	2	4	5	4	5	4	4	113
47	2	2	4	2	5	4	5	1	2	4	2	2	5	4	5	4	2	4	4	2	4	2	5	4	2	4	4	4	4	4	4	106
48	4	2	4	2	4	5	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	2	4	4	3	2	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	114
49	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	114
50	3	2	4	2	4	4	4	2	2	4	3	2	5	5	4	4	2	4	4	2	5	2	4	4	1	4	4	2	4	4	5	105
51	3	4	4	3	4	5	4	2	3	4	2	2	4	5	2	5	4	2	3	4	5	2	4	5	2	4	3	3	4	4	5	110
52	2	3	4	1	5	3	4	1	3	5	5	3	2	1	3	4	3	2	1	3	4	2	3	2	1	3	2	4	5	5	1	90
53	2	4	4	1	3	5	3	2	2	4	2	2	5	4	2	4	5	2	2	2	2	3	4	5	2	5	2	3	5	5	4	100
54	2	5	4	5	5	5	4	2	5	5	1	2	5	5	5	1	2	4	4	2	5	1	5	5	1	4	4	5	5	4	5	117

55	2	4	2	4	4	4	2	4	4	5	2	2	4	4	4	4	2	2	4	5	1	2	4	4	1	4	4	5	4	5	4	106
56	4	4	4	5	4	5	4	1	4	4	4	3	5	4	3	5	1	2	3	2	1	3	3	5	2	5	3	2	4	4	2	105
57	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	4	5	2	5	3	4	4	4	4	2	4	5	2	4	3	3	4	4	5	112
58	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	5	4	108
59	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	115
60	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	2	4	5	1	5	3	4	1	1	4	2	4	5	2	4	4	3	4	4	5	105
61	4	2	5	2	4	5	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	2	5	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	113
62	4	4	5	1	5	4	4	2	4	5	2	4	4	2	4	4	1	4	3	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	5	109
63	3	2	3	2	4	4	4	3	2	5	3	2	4	4	4	5	4	4	4	2	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	111
64	3	3	3	2	4	5	3	4	5	5	4	2	2	2	5	4	2	2	4	3	2	2	4	5	3	4	3	2	4	4	4	104
65	4	4	5	3	5	5	4	4	2	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	2	2	4	4	1	3	3	2	4	5	5	4	113
66	4	3	4	2	4	4	3	4	2	5	5	5	4	5	4	4	5	1	4	2	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	123
67	5	4	3	2	4	5	4	4	3	2	4	2	4	4	5	3	3	1	4	2	2	4	1	1	4	4	5	3	3	4	4	103
68	3	4	4	2	4	5	4	4	4	2	4	4	4	3	2	3	3	4	4	5	5	1	2	2	2	4	4	4	3	3	4	106
69	4	4	2	4	4	3	2	4	4	1	5	4	4	4	3	4	4	2	1	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	115
70	4	3	4	3	2	4	4	3	4	2	5	4	4	1	4	2	2	2	2	4	1	2	3	3	2	2	3	4	4	4	4	95
71	2	2	4	2	3	4	4	1	5	4	4	4	4	3	5	5	2	4	5	4	4	3	1	2	3	2	4	4	5	4	4	107
72	4	1	3	4	4	4	3	2	5	3	4	3	3	2	2	4	3	2	1	1	4	4	2	4	5	4	4	3	4	4	4	100
73	5	3	4	2	4	5	4	2	5	3	5	5	4	3	4	4	5	5	5	4	2	2	4	1	3	4	3	4	4	4	3	115
74	4	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	2	2	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	121

LAMPIRAN H

SEBARAN DATA SKALA KREATIVITAS UNTUK PENELITIAN

SEBARAN DATA KREATIVITAS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	JML
1	4	5	4	2	5	5	4	4	4	5	2	5	5	1	5	2	2	5	3	4	5	5	4	4	5	99
2	2	4	3	4	1	3	5	5	2	3	3	1	1	4	4	4	2	2	4	1	5	4	2	3	4	76
3	2	2	4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4	2	4	3	70
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	91
5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	2	3	4	1	5	5	2	4	2	2	4	5	1	3	5	90
6	2	4	3	2	5	4	2	5	4	2	4	2	4	4	4	1	2	4	2	2	2	5	4	4	5	82
7	2	4	4	4	4	5	5	4	4	1	1	1	4	1	5	1	2	4	4	5	1	4	4	5	4	83
8	4	2	1	2	5	5	4	4	4	5	1	2	4	1	4	5	3	3	4	1	2	5	5	3	4	83
9	4	2	4	2	4	5	4	4	4	5	1	3	4	1	4	5	3	3	4	1	2	5	4	3	4	85
10	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	92
11	4	4	4	2	5	4	4	4	5	4	2	3	4	4	3	4	2	4	2	5	4	4	2	4	4	91
12	3	4	4	2	5	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	3	5	1	4	5	4	4	2	5	91
13	5	4	4	2	5	4	3	4	5	5	2	4	2	2	4	2	2	5	4	4	4	5	2	4	4	91
14	4	4	4	2	4	4	3	2	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	92
15	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	4	2	4	2	4	3	4	3	3	4	83
16	5	4	4	2	5	5	5	5	4	5	4	1	4	4	1	1	4	5	4	2	5	5	3	4	5	96
17	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	2	4	4	2	5	2	4	5	5	5	3	5	5	5	5	105
18	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	1	4	4	1	4	5	3	2	3	4	4	3	5	86
19	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	88
20	1	4	2	4	4	4	5	5	5	1	2	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	2	4	5	97
21	4	5	4	2	4	2	2	4	4	4	1	2	4	4	4	2	2	4	2	4	2	2	4	4	4	80
22	5	5	5	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	3	2	5	1	4	5	96
23	4	1	4	2	3	5	4	3	5	2	2	4	4	2	3	2	4	5	4	4	1	5	4	4	4	85
24	3	4	5	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	2	3	3	5	4	3	4	95
25	4	5	4	2	4	5	4	4	5	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	93
26	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	1	4	4	4	5	2	4	2	4	1	2	4	93

27	4	5	5	2	4	4	4	4	4	5	2	4	2	4	2	4	4	4	3	4	2	4	2	2	5	89
28	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	2	4	90
29	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	2	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	96
30	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	2	5	4	4	4	4	5	1	3	5	5	5	5	4	105
31	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	1	4	4	4	4	2	5	2	4	4	5	4	2	5	88
32	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	5	2	5	4	4	2	2	5	97
33	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	2	4	4	2	4	2	2	4	2	4	4	5	4	4	4	87
34	2	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	2	4	4	80
35	2	4	4	2	4	5	4	5	5	2	4	2	4	4	4	2	4	5	1	4	5	4	2	4	4	90
36	2	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	1	5	5	4	3	5	5	109
37	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	2	4	4	2	5	4	4	4	4	4	2	4	2	1	4	89
38	5	5	5	5	4	1	5	1	4	4	4	5	5	1	5	4	5	5	1	4	4	5	1	1	4	93
39	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	87
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	JML
40	4	3	2	3	4	4	4	4	2	3	3	4	2	4	4	1	4	4	3	2	3	4	4	3	4	82
41	3	2	1	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	3	3	4	4	2	5	4	5	4	95
42	2	4	3	2	4	4	2	5	2	2	2	2	3	3	4	2	2	4	2	2	2	5	2	4	5	74
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	97
44	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	4	4	2	4	3	4	2	4	4	4	4	87
45	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	4	4	2	4	3	4	2	4	4	4	4	87
46	5	2	4	2	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	2	5	4	5	3	4	93
47	1	4	4	1	4	2	2	4	4	2	1	4	5	5	4	4	4	5	1	4	2	4	4	5	4	84
48	3	4	4	2	4	4	5	4	5	4	2	4	4	3	3	2	2	4	3	5	2	4	4	5	4	90
49	4	4	4	1	4	2	2	4	4	2	1	4	5	5	4	4	4	5	1	4	2	4	4	5	4	87
50	2	4	4	2	4	4	4	5	4	2	2	4	5	5	4	4	4	5	2	4	2	5	4	4	4	93
51	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	2	4	4	4	2	3	96
52	5	1	5	3	5	1	3	3	4	3	4	3	1	4	3	2	4	3	5	2	3	3	1	1	1	73
53	3	4	5	4	5	5	5	5	1	4	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	5	97
54	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	1	4	5	3	5	5	1	4	3	2	3	5	2	4	5	97

55	5	4	4	2	4	5	4	4	4	4	2	2	4	2	2	5	4	4	2	4	4	5	4	2	4	90
56	2	4	3	2	4	4	3	4	5	2	4	4	3	4	4	2	1	4	1	4	5	5	2	2	4	82
57	3	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4	3	2	2	4	2	4	1	2	4	4	4	3	3	4	80
58	2	4	4	2	5	4	4	5	4	2	2	2	4	2	4	2	2	5	4	4	2	4	4	4	4	85
59	4	4	4	2	4	5	3	5	4	4	4	3	2	4	5	3	2	5	2	4	4	5	3	2	3	90
60	3	4	3	1	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	1	3	2	4	2	4	2	4	4	81
61	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	5	4	3	4	2	2	4	3	4	2	4	3	2	4	84
62	2	4	3	2	4	5	4	5	4	5	4	1	5	4	5	5	2	5	5	4	2	5	1	4	2	92
63	2	4	4	2	4	4	4	1	4	1	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	87
64	3	4	4	1	4	4	5	5	2	2	3	3	4	4	1	3	4	4	2	3	3	4	2	2	2	78
65	4	3	2	2	5	5	4	1	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	2	4	5	4	5	4	3	92
66	3	4	5	5	5	4	5	5	2	4	5	4	5	5	1	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	106
67	4	4	4	4	4	5	3	2	2	3	4	2	3	3	5	4	1	2	4	4	4	4	5	4	3	87
68	5	4	4	2	2	4	5	5	4	3	3	5	4	2	2	1	4	4	4	4	4	3	2	4	4	88
69	4	4	5	5	5	3	3	1	4	4	5	2	2	4	4	5	1	2	4	4	5	5	4	4	4	93
70	3	2	2	4	3	5	1	2	2	2	4	4	4	3	2	2	1	3	5	2	4	3	1	2	4	70
71	5	5	2	3	3	4	2	2	4	2	2	5	4	2	1	5	4	4	3	3	3	2	4	4	4	82
72	2	5	2	3	2	2	4	3	5	4	3	2	3	3	1	4	4	2	2	2	2	4	4	2	4	74
73	5	4	4	3	5	2	2	1	5	5	4	4	4	3	3	1	4	4	5	3	4	4	5	5	5	94
74	4	4	4	4	4	5	4	4	3	1	4	5	5	4	2	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	99

LAMPIRAN I

HASIL UJI NORMALITAS DAN LINEARITAS
VARIABEL-VARIBEL PENELITIAN

Uji Normalitas Variabel Penelitian

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
budaya_perusahaan	74	109,69	7,459	90	131
kreativitas	74	88,91	7,968	70	109

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		budaya_perusahaan	kreativitas
N		74	74
Normal Parameters(a,b)	Mean	109,69	88,91
	Std. Deviation	7,459	7,968
Most Extreme Differences	Absolute	,090	,081
	Positive	,090	,074
	Negative	-,061	-,081
Kolmogorov-Smirnov Z		,771	,698
Asymp. Sig. (2-tailed)		,592	,714

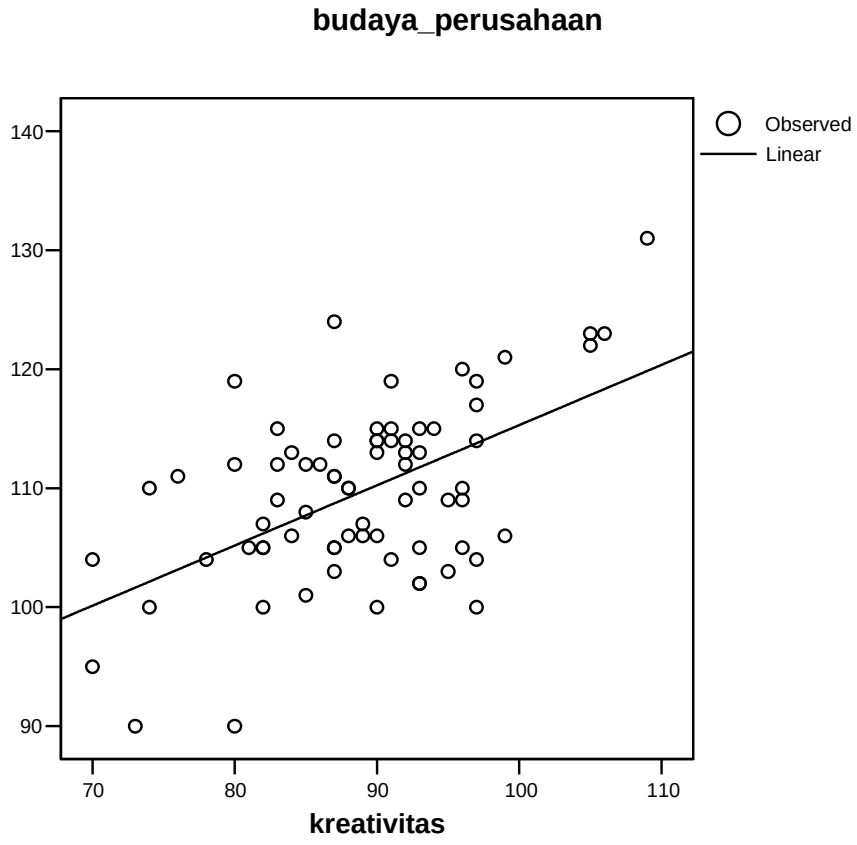
a Test distribution is Normal.
b Calculated from data.

Curve Fit

```
MODEL:  MOD_2.

_
Dependent variable.. budaya_perusahaan          Method.. LINEAR
Listwise Deletion of Missing Data

Multiple R           ,54045
R Square             ,29208
Adjusted R Square    ,28225
Standard Error      6,31955

            Analysis of Variance:
               DF   Sum of Squares      Mean Square

Regression      1        1186,4049        1186,4049
Residuals      72        2875,4465          39,9368

F =      29,70709       Signif F =  ,0000

-------------------- Variables in the Equation -------------------
-
```

Variable	B	SE B	Beta	T	Sig T
kreativi	,505967	,092831	,540449	5,450	,0000
(Constant)	64,705944	8,285800		7,809	,0000

Abbreviated Name	Extended Name
kreativi	kreativitas



LAMPIRAN J

HASIL UJI HIPOTESIS

UJI HIPOTESIS

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
kreativitas	88,91	7,968	74
budaya_perusahaan	109,69	7,459	74

Correlations

		kreativitas	budaya_perusahaan
Pearson Correlation	kreativitas	1,000	,540
	budaya_perusahaan	,540	1,000
Sig. (1-tailed)	kreativitas	.	,000
	budaya_perusahaan	,000	.
N	kreativitas	74	74
	budaya_perusahaan	74	74

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	budaya_perusahaan(a)	.	Enter

a All requested variables entered.
b Dependent Variable: kreativitas

Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,540(a)	,292	,282	6,750

a Predictors: (Constant), budaya_perusahaan
b Dependent Variable: kreativitas

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1353,619	1	1353,619	29,707	,000(a)
	Residual	3280,718	72	45,566		
	Total	4634,338	73			

a Predictors: (Constant), budaya_perusahaan
b Dependent Variable: kreativitas

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,584	11,644		2,197	,031
	budaya_perusahaan	,577	,106	,540	5,450	,000

a Dependent Variable: kreativitas

Casewise Diagnostics(a)

Case Number	Std. Residual	kreativitas	Predicted Value	Residual
1	1,811	99	86,78	12,224
2	-2,024	76	89,66	-13,662
3	-2,314	70	85,62	-15,621
4	-,486	91	94,28	-3,280
5	-,121	90	90,82	-,817
6	-,622	82	86,20	-4,198
7	-,816	83	88,51	-5,508
8	-1,072	83	90,24	-7,239
9	-,776	85	90,24	-5,239
10	,090	92	91,39	,606
11	,797	91	85,62	5,379
12	-,144	91	91,97	-,971
13	-,058	91	91,39	-,394
14	,261	92	90,24	1,761
15	-1,329	83	91,97	-8,971
16	,169	96	94,86	1,142
17	1,331	105	96,01	8,988
18	-,628	86	90,24	-4,239
19	-,161	88	89,08	-1,085
20	,830	97	91,39	5,606
21	,365	80	77,54	2,461
22	1,110	96	88,51	7,492
23	,165	85	83,89	1,111
24	1,475	95	85,04	9,956
25	1,264	93	84,47	8,533
26	1,264	93	84,47	8,533
27	,244	89	87,35	1,647
28	,991	90	83,31	6,688
29	1,452	96	86,20	9,802
30	1,246	105	96,59	8,411
31	-,161	88	89,08	-1,085
32	1,686	97	85,62	11,379
33	-,394	87	89,66	-2,662
34	-2,116	80	94,28	-14,280
35	-,207	90	91,39	-1,394
36	1,154	109	101,21	7,792
37	,330	89	86,78	2,224
38	,580	93	89,08	3,915
39	-1,506	87	97,17	-10,167
40	-,194	82	83,31	-1,312
41	,962	95	88,51	6,492
42	-2,235	74	89,08	-15,085

43	,403	97	94,28	2,720
44	,119	87	86,20	,802
45	,119	87	86,20	,802
46	,323	93	90,82	2,183
47	-,411	84	86,78	-2,776
48	-,207	90	91,39	-1,394
49	-,651	87	91,39	-4,394
50	1,008	93	86,20	6,802
51	1,024	96	89,08	6,915
52	-,672	73	77,54	-4,539
53	2,028	97	83,31	13,688
54	,574	97	93,13	3,874
55	,478	90	86,78	3,224
56	-,622	82	86,20	-4,198
57	-1,517	80	90,24	-10,239
58	-,434	85	87,93	-2,930
59	-,292	90	91,97	-1,971
60	-,770	81	86,20	-5,198
61	-1,010	84	90,82	-6,817
62	,517	92	88,51	3,492
63	-,394	87	89,66	-2,662
64	-1,129	78	85,62	-7,621
65	,175	92	90,82	1,183
66	1,394	106	96,59	9,411
67	,290	87	85,04	1,956
68	,181	88	86,78	1,224
69	,152	93	91,97	1,029
70	-1,544	70	80,43	-10,426
71	-,793	82	87,35	-5,353
72	-1,380	74	83,31	-9,312
73	,301	94	91,97	2,029
74	,528	99	95,43	3,565

a Dependent Variable: kreativitas

Residuals Statistics(a)

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	77,54	101,21	88,91	4,306	74
Residual	-15,621	13,688	,000	6,704	74
Std. Predicted Value	-2,640	2,857	,000	1,000	74
Std. Residual	-2,314	2,028	,000	,993	74

a Dependent Variable: kreativitas

LAMPIRAN K

DAFTAR SUBJEK PENELITIAN

DAFTAR SUBJEK PENELITIAN

BIDANG PROGRAM

Kelompok kerja program dan penyiaran
1. Maryanta, SE 2. Ari Budiarto, SE 3. Dani Sutarto, S.PT 4. Joko Winarsis 5. Herman Basuki, SE 6. Katarina Sri Winarti
Kelompok kerja produksi acara
1. Siti Wahyuni 2. Aniek Mardhiyanti 3. Nur Irianti, A. Md 4. Heruwati, S. PT 5. Teguh Ganefo 6. Raden Indra Suryawan, SH 7. Budi Santoso 8. Dra. Sari Fajarini Nainggolah 9. Supranyata 10. Istiqomah, S. Sos 11. Drs. Bambang Jaka Prasetya 12. Aria Nurdika, SH 13. Rr. Anggar Wardhananti 14. Dra. Yuti Krisnamukti 15. Ekarini Handayani, S.Sos 16. Drs. Sarwa Sigit 17. Drs. Yuana Arifin 18. Dra. Sri Widati 19. RM. Kristiyadi S.Sn

20. Anthonie Samuri, S.Sn
21. Slamet Suloko, S.Sos
22. Kartono Marsig
Kelompok kerja Tata Artistik
1. Raden Tatag Bayu Warsono
2. Kun Maryati
3. Jumadi S. Sn
4. Endang Sri Sudarti
5. A. Ani Sulistyowati
6. Nooryatno
7. Drs. Riyoto
8. Hartuiningsih
9. Drs. Prasetyo Puji Utomo
10. Anik Dyah Sudaryanti, A. Md

BIDANG BERITA

Kelompok kerja berita
1. Drs. Zaenal Arifin
2. Drs. Suwarto
3. Drs. Usdiono
4. Eddy Yanariyanto, SH
5. Dra. Harliani
6. Arif Budairi, SE
7. Retno Kusdiati, SPT
8. Dra. Nanik Setyowati
9. Prihpuji Susetyo, SE
Kelompok kerja produksi berita

1. Etik Rinamawati 2. Pulunggono 3. Rahyono, S. Sos 4. Sri Wiwik Widayani, SPT 5. Maryunanta Winardi
Kelompok kerja operasional peralatan & dokumentasi berita
1. Cahyono, S. Sos 2. Mursid Samsudiro 3. Tri Wijayanto 4. Sri Hartuti 5. Djoko Purwanto, SH 6. Havy Budi Karyanti, AP 7. Ari Legowo 8. Edi Kumara, SPT 9. Bambang Setyo Budiono, A. Md 10. Sarwahono 11. Drs. Heri Suprapto 12. Hendro Cahyono Malacca 13. Sumsidi 14. Erwan Sufiyanta
Kelompok kerja reportase dan penerangan
1. Drs. Wahyudi, Msi 2. Yamidi, S.Sos 3. Rieskananta Dewadja, A. Md 4. Wisnu Wiratmana 5. Dra. Tiplu Ratna Chandra Dewi
Kelompok kerja siaran olahraga
1. Drs. Cahyono Budi Sulistyo 2. Rimpit Munte, SPT

3. Dra. E. FR. Irawati Barmantyas
4. Hardono, SH
5. Widiyanta

BIDANG TEKNIK

Kelompok kerja teknik studio
1. Dwiyanto
2. Mulyo Wibowo
3. Yuli Haryanto
4. Sugeng Widodo
5. Suwarsono Basuki, A. Md
6. Syalom Salombe SR, S. Sos
7. Gatot Rustam Adjil
8. Koribun
9. Anssen Rizal, SH
10. Widodo, A. Md
11. Agus Priyambodo, SE
12. Subagyo
13. Sulaksono Hartono, SE
14. Ismu Wardoyo
15. Wicaksana
16. Sjafri

LAMPIRAN

HASIL WAWANCARA

LAPORAN WAWANCARA 1

Nama : Sugeng Widodo

Usia : 45 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Bidang : Teknik

Kelompok kerja: Teknik Studio

Hasil wawancara:

Sugeng Widodo merupakan karyawan Bidang Teknik Kelompok kerja Teknik Studio. Sugeng mengawali karirnya di TVRI menjadi Satpam selama enam tahun, setelah enam tahun masa kontrakan tersebut Sugeng mencoba masuk Bidang Teknik ketika ada lowongan pekerjaan. Tahun 1992 Sugeng diangkat menjadi PNS dan bekerja di bagian mesin diesel selama kurun waktu 14 tahun. Namun, karena kerjanya membosankan Sugeng memutuskan untuk meminta dipindahkan ke bagian yang lebih tinggi. Saat itu lighting sedang kekurangan orang dan Kepala Seksi Teknik Penyiaran dan Produksi memberikan kesempatan pada Sugeng mencoba masa training selama tiga bulan. Teknik lighting dipelajari Sugeng secara otodidak dari teman-temannya. Setelah hasilnya dirasakan cukup memuaskan barulah Sugeng dipercaya untuk membuat *setting* lampu sendiri sampai sekarang.

Sugeng merasa senang dengan pekerjaannya saat ini, walaupun banyak waktu yang harus direlakan demi pekerjaannya namun ada perasaan senang tersendiri ketika ia terlibat dalam suatu proses produksi bersama teman-temannya. Namun, ia tak ukup puas dengan pekerjaannya saat ini. Sugeng masih ingin

menimba ilmu karena ia masih ingin mencoba pindah ke kamera atau audio sehingga suatu saat Sugeng bisa menjadi produser suatu acara.

TVRI Jogja dalam kacamata Sugeng merupakan tempat bertumpu Sugeng, karena 20 tahun lebih Sugeng telah mengabdi pada TVRI Jogja. Sugeng masih prihatin dengan kondisi peralatan TVRI Jogja yang sudah ketinggalan jaman. Mungkin karena itu hasil yang didapatkan menjadi kurang maksimal. Namun selama ini atasannya selalu membantu Sugeng, baik ketika Sugeng masuk TVRI Jogja maupun pengangkatan Sugeng menjadi PNS. Perubahan yang terjadi dalam TVRI Jogja saat ini menurut Sugeng tidak terlalu berpengaruh baginya. Ia masih bekerja seperti biasanya. Kepemimpinan Pak Tri yang baru manurutnya hanya meneruskan kepemimpinan yang terdahulu. Namun, perubahan fasiltas (penambahan pemancar TVRI Jogja) membuat Sugeng lebih bersemangat karena Sugeng merasa tantangan akan menjadi semakin besar untuk membuat acara lebih banyak dan lebih menarik lagi. Penambahan pemancar ini akan diselenggarakan bulan Juli 2007.

Sugeng merasa TVRI Jogja dari masa ke masa lebih maju, karena budaya Jogja merupakan budaya yang unik dan banyak disukai oleh pemirsa. Banyak orang luar Jogja, menurut Sugeng, tertarik dengan budaya Jogja. Menurutnya, budaya Jogja luar biasa karenanya harus dilestarikan melalui tayangan acara televisi misalnya.

Pekerjaan lighting diutamakan pada tata letak lampu, dimana Sugeng harus menata lampu agar objek yang di-*shoot* dapat dilihat dengan jelas, baik dari samping, dari depan dan dari atas. Selama ini Sugeng merasa belum memahami

sepenuhnya pekerjaannya tersebut, dan sampai sekarang masih berusaha untuk selalu belajar dari teman-temannya yang lebih ahli.

LAPORAN WAWANCARA 2

Nama : Sri Etik Rinamawati

Usia : 37

Jenis Kelamin : Perempuan

Bidang : Berita

Kelompok kerja: Produksi Berita

Hasil wawancara:

Sri Etik mulai memasuki TVRI sekitar tahun 1992 saat ada lowongan CPNS di Jakarta. Etik panggilan akrabnya, mengutarakan bahwa saat itu ia melamar dinas penerangan dan pada saat itu TVRI masih dibawah Dinas Penerangan. Saat seleksi Etik merasa melakukan perjuangan yang berat ketika sedang hamil 7 bulan anaknya yang pertama sementara ia harus tinggal di Jakarta sendiri untuk tes saat itu. Karena ia berdomisili di Yogyakarta, maka saat wawancara Etik langsung mengajukan diri untuk dimutasi ke Yogyakarta. Walaupun saat itu belum ada pengumuman diterima atau tidak. Ternya Etik diterima bekerja dan langsung dimutasi ke Yogyakarta dan bekerja di bidang berita sampai sekarang.

Saat pertama masuk Etik selalu menjadi reporter sampai dengan tahun 1998 dan tahun itu pula Etik diberi beasiswa untuk kuliah di MMTC selama setahun. Setelah kembali ke TVRI etik kemudian menjadi pengarah acara sampai

sekarang. Saat ini Etik mengaku sudah tidak banyak terlibat di lapangan (reporter) karena biasanya ia mengurusi saat syuting berita saja. Pengarah acara harus memastikan semua berjalan lancar ketika syuting berlangsung tak jarang ia juga harus memastikan sampai pakaian yang dikenakan pembawa berita.

Etik mengaku senang dengan pekerjaannya, namun ia lebih senang dengan pekerjaannya dulu saat menjadi reporter karena ia bisa keluar mencari berita. Ia merasa lebih senang dengan pekerjaan lapangan karena bekerja dibalik kursi membosankan. Ia sangat menyenangi profesinya, bahkan tiap bulannya ia selalu membeli berbagai majalah berita untuk memperluas wawasannya.

Menurut Etik, TVRI banyak mengalami perubahan beberapa tahun terakhir ini dan perubahan ini cukup membingungkan baginya karena statusnya yang selalu berubah-ubah. Tentu saja hal itu berpengaruh pada kinerja, menjadi lesu dan tidak percaya pada TVRI Pusat. Meski demikian, ia tetap bekerja keras selama ini untuk TVRI Jogja. Walaupun pusat ribut-ribut tentang kekuasaan yang bawah (TVRI daerah) tidak pernah digubris. Karena itu Etik merasa ada tanggung jawab yang diemban untuk memajukan TVRI Jogja.

LAPORAN WAWANCARA 3

Nama : Eddy Yanarianto

Usia : 37

Jenis Kelamin : Laki-laki

Bidang : Berita

Kelompok kerja: Berita

Hasil wawancara:

Eddy masuk ke TVRI Jogja sejak tahun 1998, yaitu tahun terakhir penerimaan PNS untuk TVRI. Eddy mendaftar menjadi CPNS di Jakarta, setelah diterima berdasarkan kebijakan TVRI pusat bahwa masing-masing CPNS yang diterima akan dikembalikan ke daerah semula Eddy pun kembali ke Jogja kota asalnya.

Eddy pertama kali bekerja menempati bidang berita kelompok kerja berita sampai dengan sekarang. Eddy mengaku menikmati pekerjaannya saat ini walaupun pihak keluarga kadang merasa terima jika dirinya bekerja dengan melebihi jam kerja kantoran. Awalnya istrinya protes ketika ia tetap bekerja di hari libur atau bekerja sampai malam. Tapi setelah lama istrinya akhirnya tetap menerimanya. Begitu pula dengan anaknya.

Sebagai seorang reporter Eddy bekerja mencari berita dilapangan bersama rekannya, seorang kameramen. Menurut Eddy bekerja diluar kantor merupakan pekerjaan yang tidak membosankan seperti pekerjaan di kantoran. Ia pun menikmati ketika harus menjelajahi penjuru kota untuk mendapatkan berita. Eddy merasa bahwa pekerjaannya dapat memperluas wawasannya juga manambah kenalan karena harus bertemu dengan banyak orang.

Peralatan dan akomodasi yang dimiliki TVRI Jogja terasa menjadi hambatan Eddy dalam melakukan pekerjaannya. Menurutnya, peralatan di TVRI Jogja sudah ketinggalan jaman. Kamera yang ada pun sebgian telah rusak, padahal tidak ada penggantian atau perbaikan kamera yang baru karena anggaran yang ada tidak mencukupi, lalu disiasati dengan video digital namun hasilnya kurang

maksimal. Mobil sebagai akomodasi pun hanya tersedia tiga buah, padahal tiap hari Eddy mengaku harus meliput berita diberbagai tempat bersama teman yang lain. Kadang satu mobil berisi tiga kru dan diantar jemput sesuai tujuan, hal ini membuat waktu kurang karena harus menunggu jemputan setelah selesai meliput. Karena itu Eddy dan kawan-kawan kadang-kadang mengggunakan kendaraan pribadi. Eddy rela merogoh kocek untuk beberapa kali peliputan untuk membeli bensin sendiri demi kemajuan TVRI Jogja kilahnya, tapi jika dinilainya memang terlalu berlebihan maka ia akan minta ganti.

TVRI Pusat selama ini menurutnya hanya memberikan janji kosong belaka untuk meredam karyawannya. Eddy merasa pesismis dengan adanya perbaikan-perbaikan yang akan dilakukan. TVRI Jogja juga diberi waktu mengudara yang kurang tinggi padahal banyak acara yang diproduksi oleh TVRI Jogja yang menarik bahkan beberapa ditiru oleh stasiun televisi lokal yang lain.

LAPORAN WAWANCARA 4

Nama : Iwung Sri Widati

Usia : 39

Jenis Kelamin : Perempuan

Bidang : Program

Kelompok kerja: Produksi Acara

Hasil wawancara:

Iwung Sri Widati masuk TVRI sebagai PNS tahun 1994, namun sebelumnya Iwung telah banyak berkecimpung di TVRI sebagai pengisi acara.

Ketika ada lowongan untuk menggantikan karyawan yang telah pensiun Iwung mendaftar dan ternyata diterima oleh TVRI Jogja.

Pertama kali bekerja di Bidang Program Iwung menjabat menjadi staf tapi jika ketika distudio kekurangan orang maka ia akan membantu studio juga. Setelah dua tahun bekerja sebagai staf Bidang Program Iwung dipercaya sebagai produser sampai dengan sekarang.

Menurut Iwung seorang produser itu harus merencanakan suatu program acara. Setelah itu dibuat formatnya dan komunikasikan kepada semua karyawan yang terlibat pada saat di studio seperti pengisi acara, tata artistik, audio, *lighting*, kameraman, pengarah acara dan lain-lain. Produser juga harus memikirkan biaya yang akan dikeluarkan harus sesuai dengan pemasukan yang ada. Ketika acara sedang berlangsung seorang produser juga harus mengawasi acara sementara yang mengendalikan jalannya acara adalah pengarah acara. Jika acara tersebut menyimpang dari skenario yang ada barulah produser menegur pengarah acara.

Iwung mengaku tidak membayangkan akan bekerja seperti saat ini, namun ketika kuliah ia banyak menghabiskan waktunya untuk menjadi pengisi acara di TVRI Jogja sehingga ia merasa sudah akrab dengan kondisi TVRI Jogja sebelum ia diangkat sebagai PNS. Iwung menikmati pekerjaannya sekarang dan merasa puas karena ia dapat menghasilkan suatu karya yang dapat ilihat oleh orang lain. Iwung tidak suka duduk manis dibelakang meja seperti pekerja kantoran lainnya, ia senang dengan pekerjaan lapangan. Oleh karena itu, meski ada tawaran untuk menduduki jabatan struktural Iwung akan menolaknya, karena manurutnya, pekerjaan kantor merupakan pekerjaan yang membosankan.

Hambatan yang selama ini dirasa membebani bagi Iwung adalah masalah anggaran, minimnya anggaran yang ada mengakibatkan Iwung merasa kurang dapat berkreasi secara maksimal. Minimnya iklan yang ada mengakibatkan minimnya anggaran apalagi dana operasional bagi TVRI daerah sudah tidak ada lagi. Padahal Iwung senang sekali jika ada pekerjaan tambahan, menurutnya TVRI Jogja bisa mengudara 24 jam namun karena keterbatasan anggaran maka keinginannya tidak tercapai.

Menjadi seorang produser harus sering-sering membaca buku dan koran sehingga tahu berita atau topik yang sedang hangat diubicarakan. Karena itu ia berusaha mengikuti berita yang ada. Seperti perkembangan TVRI Jogja saat ini, sejak dulu TVRI Jogja berjalan secara fluktuatif, namun untuk saat ini menurut Iwung berada pada kondisi lesu, setiap kali ada pimpinan baru tidak menambah semangat para karyawannya. Meskipun demikian, hubungan yang terjalin antara rekan kerja maupun atasan sangat baik. Jarang ada pertengkaran dalam TVRI Jogja, semua berusaha saling menghargai kemudian melakukan pekerjaannya sesuai tugasnya masing-masing.

LAPORAN WAWANCARA 5

Nama : Jumadi

Usia : 40

Jenis Kelamin : Laki-laki

Bidang : Program

Kelompok kerja: Tata Artistik

Hasil wawancara:

Jumadi masuk TVRI Jogja sejak tahun 1994, ia merupakan lulusan dari Seni Grafis suatu institut swasta di Yogyakarta pada tahun 1993. Jumadi masuk TVRI Jogja melalui tes seleksi PNS di Jakarta. Setelah diterima sebagai PNS di TVRI Pusat, Jumadi mengajukan diri untuk mutasi ke Jogja, asalnya.

Sesuai dengan bidang yang digelutinya, ia langsung masuk tata artistik setelah dimutasi ke TVRI Jogja. Dalam kelompok kerja tata artistik terdapat beberapa pembagian pekerjaan. Ada yang membuat desai ada pula yang mengerjakan apa yang telah didesain. Jumadi bekerja sebagai pembuat desain atau *setting* dari suatu acara. Walaupun ia yang merancang *setting* namun ketika bekerja distudio ia tetap menerima masukan dari teman-teman yang lain.

Jumadi mengaku senang dengan pekerjaannya saat ini, sudah sejak lama ia menyukai desain grafis. Sejak sekolah dasar ia selalu mengikuti berbagai lomba menggambar, walaupun ia tak banyak mendulang kejuaraan tapi ia puas. Setelah masuk TVRI Jogja pun Ia mulai belajar seni membatik guna mendukung kerjanya, yaitu membuat *setting* bertemakan budaya Jawa. Jumadi mengaku bangga dengan seni batik Jogja yang sudah banyak dikenal di manca negara sekalipun. Ia merasa prihatin dengan remaja yang saat ini banyak meninggalkan budayanya sendiri. Padahal kalau bukan orang Jawa yang melestarikannya, siapa lagi yang akan bertanggungjawab atas budayanya.

Selama ini Jumadi mengaku kurangnya aggaran membuat proses produksi kurang berjalan dengan maksimal. Peralatan yang seadanya membuat Jumadi harus pasrah dengan keadaan tersebut. Padahal ia ingin membuat setiap acara

memiliki *setting* yang pas, seringkali karena keterbatasan dana *setting* yang dibuat mengutak atik *setting* yang sudah ada karena dana untuk membeli peralatan ataupun bahan yang baru tidak tersedia. Akibatnya beberapa acara hanya memiliki *setting* yang terbatas.

Hubungan antara rekan kerja, Jumadi mengku sangat baik mereka saling bercerita jika ada masalah, baik permasalahan keuangan keluarga maupun masalah dengan atasan. Menurutnya, TVRI Jogja saat ini tidak terlalu berubah dibandingkan dengan yang dahulu.

LAPORAN WAWANCARA 6

Nama : Saktiyono Wahyujati

Usia : 39

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Sekertariat Kepala Stasiun

Hasil wawancara:

Beberapa bulan lalu, tepatnya bulan Agustus 2006 telah diresmikan TVRI sebagai televisi publik. Hal ini tentu berpengaruh pada harapan yang ditujukan pada karyawan TVRI Jogja. Melalui televisi publik diharapkan TVRI jogja dapat menjadi stasiun televisi yang mampu melayani masyarakat tanpa pengaruh dar mana pun termasuk dalam hal ini, pemerintah.

Bersama dengan perubahan-perubahan status saat ini, TVRI daerah tidak lagi menerima dana anggaran dari pemerintah. Oleh karena itu, dana operasional selama ini ditanggung oleh TVRI Jogja. Sebenarnya banyak TVRI daerah yang

gulung tikar, tapi tidak di Jogja. Jogja memiliki program-program unggulan yang banyak dibeli oleh TVRI daerah lain. Misalnya Obrolan Angkringan yang dibeli oleh pihaki stasiun TVRI Jawa Timur. Ada juga program yang dibeli olah manca yaitu Pangkur Jenggleng dan Obrolan Angkringan yang dibeli dan diputar oleh Negara Suriname.

Sakti mengaku walaupun beberapa program telah terbeli, namun pamor TVRI yang telah lama merosot sukar dinaikkan kembali. Hal ini selain *image* yang ada juga karena adanya keterbatasan anggaran yang menjadi pokok masalah selama ini dihadapi di TVRI Jogja. Iklan yang masuk sudah dibatasi oleh pusat tidak boleh melebihi 15%, hal ini dikarenakan TVRI bukan televisi komersial melainkan televisi publik yang mengutamakan kepentingan masyarakat dan bukan mencari keuntungan seperti yang selama ini dilakuakan oleh televisi swasta lainnya.

Budaya Jogja amat kental dirasakan oleh karyawan TVRI Jogja, dilihat dari cara bertutur kata dengan menggunakan bahasa jawa kromo alus dengan atasan atau orang yang dihormati. Pengaruh tersebut didapatkan oleh Dewabrata sebagai seorang figur pendiri TVRI Jogja 44 tahun yang lalu. Budaya Jogja terasa begitu melekat dalam diri karyawan sehingga ketika memproduksi suatu acara tak lepas dari budaya yang selama ini melekat dalam diri karyawan TVRI Jogja.

LAPORAN WAWANCARA 7

Nama : Bambang Hardono

Usia : 53

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jabatan : Kepala Bidang SDM dan Umum

Hasil wawancara:

Bambang Hardono dahulu berasal dari bidang teknik, namun ketika manajemen menariknya untuk menempati posisi pejabat struktural, ia pun menjabat sebagai Kepala Bidang SDM dan Umum.

Selama ini Bambang menilai kinerja karyawan TVRI Jogja sudah baik. Karyawan TVRI Jogja rata-rata memiliki keinginan dalam diri untuk mewujudkan tujuan bersama, karena itu semua berusaha sekuat tenaga untuk memproduksi acara yang menarik namun tetap berbasis pada kebudayaan Jogja.

Selama ini karyawan TVRI Jogja rata-rata berumur diatas 35 tahun, sehingga tidak ada karyawan muda yang masuk setelah tahun 1998. Kebijakan ini dibuat karena manajemen TVRI Jogja menganggap bahwa jumlah karyawan yang ada selama ini dinilai sudah cukup.

LAPORAN WAWANCARA 8

Nama : Nurrul Fatmawati

Usia : 24 tahun

Jenis Kelamin : Perempuan

Pekerjaan : Mahasiswa

Hasil wawancara:

Kesan Nurrul mengenai TVRI Jogja adalah stasiun televisi yang sudah ketinggalan jaman. Menurutnya, TVRI Jogja tidak memiliki acara yang bagus.

Namun ia sendiri tidak tahu apa yang tidak menarik karena ia sendiri tidak pernah menonton TVRI Jogja. Lagipula dari rumahnya yang bertempat di kota gede televisi kurang dapat menangkap TVRI Jogja dengan bersih.

LAPORAN WAWANCARA 9

Nama : Agung

Usia : 29 tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Pekerjaan : Wiraswasta

Hasil wawancara:

Agung mengaku jarang melihat TVRI Jogja, ia hanya melihat Obrolan Angkringan yang jam tayangnya hanya seminggu sekali, itupun jika tidak lupa. Menurutnya Obrolan Angkringan merupakan acara yang sangat menyentuh realitas khususnya kota Jogja. Melalui suguhan dagelan khas Jogja yang apik membuat acara ini mendapat tempat tesendiri dihati masyarakat. Selain Obrolan Angkringan, Agung juga menonton berita Jogja yang ditayangkan tiap hari. Meski ditayangkan tiap hari, Agung mengaku tidak selalu mengikutinya. Jika ada berita seputar Jogja yang sedang banyak dibicarakan, barulah Agung menonton Berita Jogja. Menurutnya, TVRI Jogja cukup menarik dalam hal dagelannya (Agung merupakan penggemar dagelan) dan tayangan sepakbola yang diadakan di Jogja, namun acara lainnya terlihat membosankan. Tampilannya yang kurang jernih membuat Agung malas menonton.

KESIMPULAN HASIL WAWANCARA

1. Karyawan TVRI Jogja

   Subjek yang berhasil diwawancarai oleh peneliti menyatakan bahwa mereka menikmati pekerjaan mereka saat ini. Mereka tidak puas dengan keadaan saat ini, sehingga mereka ingin lebih banyak terlibat dalam proses produksi. Untuk memperluas pengetahuannya, subjek banyak membaca buku dan bertanya pada orang yang lebih mengerti. Pertemanan yang terjalin diantara rekan kerja juga cukup dekat, teman yang butuh pertolongan akan dibantu sebisa mungkin khususnya masalah mengenai pekerjaan. Hubungan dengan atasan pun terlihat cukup baik, karena mereka mampu berkomunikasi dengan akrab. Walaupun selama ini mereka bekerja sepenuh tenaga namun fasilitas peralatan tidak mendukung pekerjaan. Mereka seringkali mengeluh dengan tidak tersedianya peralatan yang memadai karena dana operasional terbatas sehingga mereka merasa pekerjaan yang sedang mereka kerjakan pun menjadi kurang maksimal dan mereka menyadari betul tersebut, karena itu mereka berusaha menghemat agar dana operasional yang ada tidak membengkak.

2. Sekertariat Kepala Stasiun

   TVRI Jogja saat ini merupakan televisi publik, yang artinya TVRI bertujuan untuk melayani kepentingan masyarakat Jogja pada khususnya dengan berbasis pada budaya. Perubahan status TVRI Jogja membuat manajemen tak lagi menerima dana operasional dari pusat sehingga harus mencari dana sendiri. Namun, hal itu tak membuat TVRI Jogja menyerah terbukti dari

beberapa program acara yang diminati oleh daerah lain bahkan manca negara. Produksi acara TVRI Jogja selalu mengutamakan budaya Jogja, hal ini terlihat dari perilaku karyawan Jogja yang halus dan sopan. Budaya Jogja begitu melekat dalam diri karyawan TVRI Jogja.

3. Kepala Bidang Umum

   Karyawan TVRI Jogja selama ini telah berusaha menampilkan performansi yang baik untuk mewujudkan TVRI Jogja sebagai televisi publik yang berbasis budaya Jogja. Sejak tahun 1998 penerimaan PNS telah ditutup sehingga banyak karyawan yang telah berusia 35 keatas.

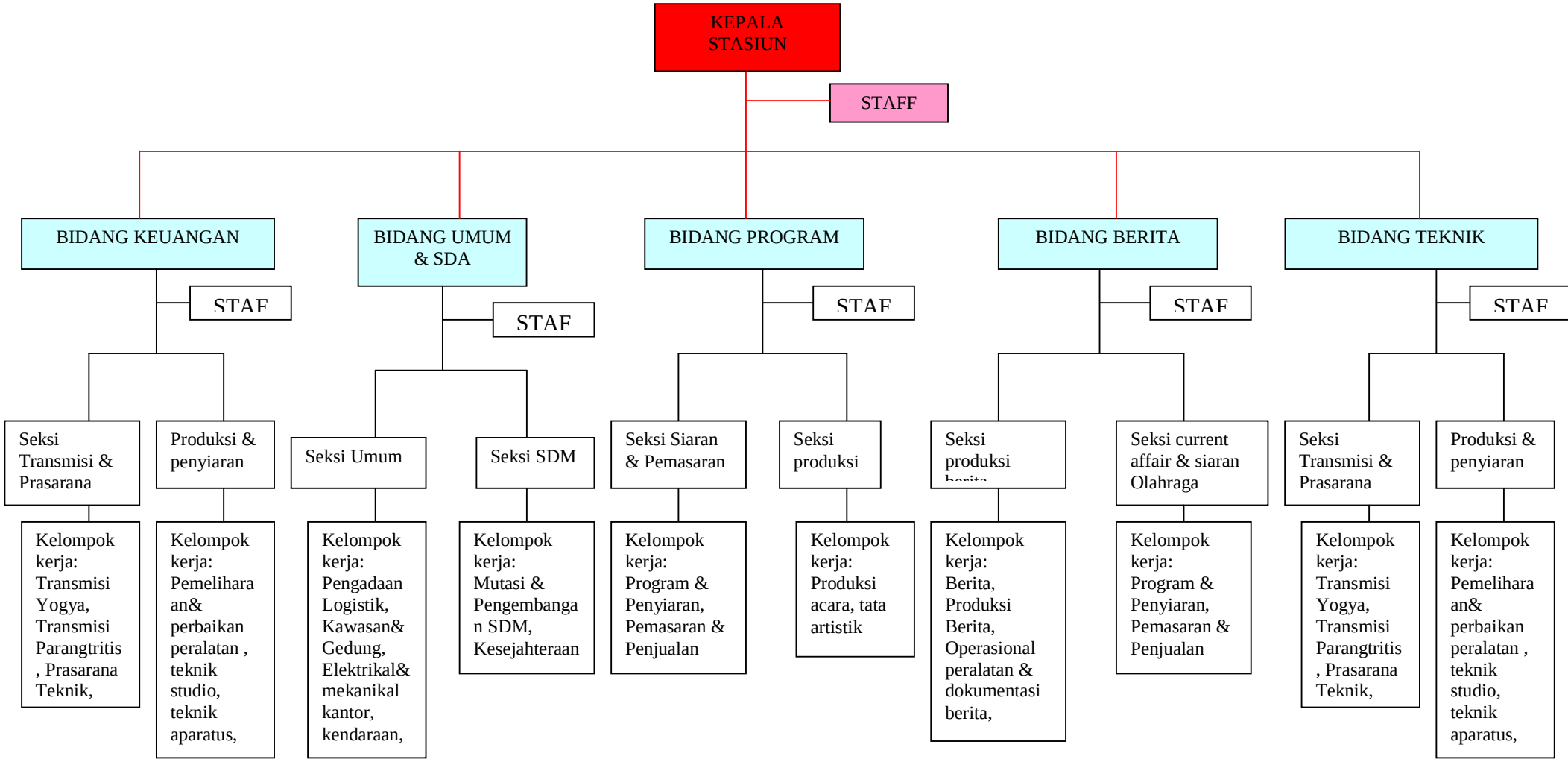
4. Masyarakat Jogja

   Selama ini kurang minat terhadap acara yang diproduksi oleh TVRI Jogja, hanya beberapa acara saja yang ditonton. Menurut mereka acara yang diproduksi oleh TVRI Jogja sudah kuno dan ketinggalan jaman.

LAMPIRAN M

STRUKTUR ORGANISASI TVRI YOGYAKARTA

STRUKTUR ORGANISASI TVRI JOGJA



LAMPIRAN

SURAT IJIN PENELITIAN & SURAT BUKTI PENELITIAN