



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Jurusan Administrasi Bisnis**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Budaya Organisasi Socialights Indonesia**

Skripsi

Oleh

Tasya Asdiga

2016320234

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Jurusan Administrasi Bisnis**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019*

**Analisis Budaya Organisasi Socialights Indonesia**

Skripsi

Oleh

Tasya Asdiga

2016320234

Pembimbing

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.

Bandung

2019



Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Tasya Asdiga  
Nomor Pokok : 2016320234  
Judul : Analisis Budaya Organisasi Socialights Indonesia

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Rabu, 18 Desember 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, S.T., M.AB

**Sekretaris**

Dr. M. Banowati Talim, M.Si

**Anggota**

Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



## **Pernyataan**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Tasya Asdiga

NPM : 20163202234

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis Budaya Organisasi Socialights Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 8 Desember 2019

Tasya Asdiga

## ABSTRAK

Nama : Tasya Asdiga  
NPM : 2016320234  
Judul : Analisis Budaya Organisasi Socialights Indonesia

---

Budaya organisasi adalah suatu kebiasaan atau cara hidup yang ada dalam suatu kelompok. Budaya Organisasi terbentuk dari beberapa faktor seperti, nilai-nilai, keyakinan, kebiasaan, makna, dan norma yang sama serta dianut oleh suatu kelompok tertentu. Budaya organisasi juga menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Budaya organisasi dapat diketahui melalui metode *Organizational Culture Assesment Instrument (OCAI)* yang membagi budaya organisasi menjadi 4 alternatif budaya. Budaya organisasi adalah faktor fundamental untuk memecahkan masalah yang dialami perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memetakan dan mengetahui budaya organisasi apa yang saat ini diterapkan dan budaya organisasi apa yang diharapkan di masa yang akan datang oleh Socialights Indonesia.

Penelitian ini dilakukan di Socialights Indonesia yaitu suatu perusahaan yang bergerak di industri *digital marketing*. Socialights Indonesia merupakan perusahaan pelopor *human-centered digital agency* di Jakarta.

Jenis penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Pengumpulan data didapat melalui kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan. Pemetaan budaya organisasi Socialights Indonesia menggunakan konsep dari Cameron dan Quinn yaitu *Organizational Culture Assesment Instrument (OCAI)*. Kuesioner OCAI disebarkan kepada 35 responden yang pada penelitian ini adalah karyawan Socialights Indonesia.

Secara keseluruhan didapatkan hasil bahwa budaya organisasi yang sedang diterapkan saat ini oleh Socialights Indonesia adalah budaya *adhocracy* (30.5), yang diikuti oleh budaya *clan* (28.37). Sedangkan budaya organisasi yang diharapkan oleh karyawan di masa yang akan datang adalah budaya *clan* (33.1), yang diikuti oleh budaya *adhocracy* (26.48). Saran yang diberikan untuk Socialights Indonesia adalah tetap mempertahankan budaya *adhocracy* dengan melakukan diskusi terbuka secara rutin dan pelatihan tanpa melupakan budaya *clan* dengan kegiatan *playout* yang dapat membantu perusahaan kedepannya.

Kata kunci : Budaya organisasi, *Organizational Culture Assesment Instrument (OCAI)*

## **ABSTRACT**

Nama : Tasya Asdiga

NPM : 2016320234

Judul : *Analysis of Organizational Cultural Socialights Indonesia*

---

*Organizational culture is a habit or way of life that exists in a group. Organizational culture is formed from several factors such as values, beliefs, habits, meanings, and norms that are shared by a particular group. Organizational culture is also one important factor in determining the success of a company. Organizational culture can be known through the Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI) method which divides organizational culture into 4 alternative cultures. Organizational culture is a fundamental factor for solving problems experienced by companies.*

*The purpose of this study is to map and find out what organizational culture is currently being applied and what organizational culture is expected in the future by Socialights Indonesia.*

*This research was conducted at Socialights Indonesia, a company engaged in the digital marketing industry. Socialights Indonesia is a pioneer company in human-centered digital agencies in Jakarta.*

*This type of research is descriptive analysis. The research method used was a survey method. Data collection was obtained through questionnaires, interviews, and literature studies. Mapping the organizational culture of Socialights Indonesia uses the concept of Cameron and Quinn, Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI). The OCAI questionnaire was distributed to 35 respondents who in this study were Socialights Indonesia employees.*

*Overall, the results show that the organizational culture currently being implemented by Socialights Indonesia is adhocracy culture (30.5), followed by clan culture (28.37). While the organizational culture expected by employees in the future is clan culture (33.1), which is followed by an adhocracy culture (26.48). The advice given for Sosialights Indonesia is to maintain a culture of adhocracy by holding regular open discussions and training without forgetting clan culture with playout activities that can help the company going forward.*

**Keywords:** *Organizational Culture, Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI)*

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat, hidayah, kesehatan dan ridho-Nya sehingga saya dapat dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Analisis Budaya Organisasi Socialights Indonesia”**

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat akademik dalam menyelesaikan studi tingkat S1 Program Studi Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Katolik Parahyangan. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini pula penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bimbingan, motivasi maupun didikan yang diberikan kepada penulis selama ini, antara lain kepada yang terhormat :

1. Kedua orang tua saya yang tercinta, yang telah memberikan segala dukungan baik moral dan materil yang sangat luar biasa, serta menjadi sumber motivasi terbesar saya dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis sekaligus dosen pembimbing saya yang telah bersedia membimbing saya dengan memberikan saran dan kritik dalam penyusunan skripsi.

3. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis beserta staff Administrasi UNPAR yang telah membantu Saya dalam perkuliahan selama ini.
4. Tamara Fatwa Yulindra selaku HRD Socialights Indonesia yang telah bersedia menjadi narasumber untuk penelitian ini.
5. Indra Setiawan Aji selaku teman PUBG sekaligus karyawan Socialights Indonesia yang telah memberikan rekomendasi objek penelitian ini.
6. Alicia Hirawan dan Alvania Hirawan, selaku sepupu tercinta dan tempat berkeluh kesah. Terimakasih telah memberi motivasi dan mendukung segala hal yang saya lakukan untuk masa depan saya.
7. *FIT TO S* : Jasmine Winduasti dan Melliza Xaviera Putri Yulian selaku sahabat tercinta sekaligus *partner* melepas penat. Terimakasih atas segala dukungan dan motivasinya hingga saat ini. *see you in Bali guys!*
8. Pejuang Skripsi : Aliya, Monji, Echa selaku teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas partisipasinya selama penyelesaian skripsi ini.
9. 5W : Ayu, Aliya, Irene, Monce selaku teman seperjuangan selama masa perkuliahan ini sekaligus *support system*. terimakasih atas segala *support* dan *advice* yang. Sukses untuk kita semua !
10. 1H : Rointan selaku teman *outcircle* 5W. Terimakasih atas hiburannya disaat penyelesaian skripsi ini. *See you on top !*



11. *Fries before boys* : Jasmine, Amanda, Muthiah. Terimakasih atas semangat dan nasihatnya selama ini. sampai bertemu di wacana liburan selanjutnya !
12. Bukan Geng : Khansa, Bella. Terimakasih atas segala *reminder*-nya dan tuntutan ke jalan yang benar selama ini.
13. SS : Chikita, Citra, Uma, Nia, Dinar, Diyah selaku teman 9 tahun ini. Terimakasih atas motivasinya selama ini.
14. Grab dan Gojek yang telah menjadi sumber asupan gizi dan fasilitator akomodasi selama penyelesaian skripsi ini.
15. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

Dengan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih sedalam-dalamnya untuk semua pihak yang terkait dalam proses pembuatan skripsi ini. Tanpa dukungan kalian mungkin penulis belum tentu bisa menyelesaikan skripsi ini. Motivasi dan dukungan kalian semua sangatlah berarti, semoga semua pihak yang disebutkan selalu diberkati oleh Allah SWT. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu administrasi bisnis.

Bandung, 8 Desember 2019

Tasya Asdiga



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b><i>i</i></b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b><i>ii</i></b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b><i>iii</i></b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b><i>vi</i></b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b><i>ix</i></b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b><i>x</i></b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penulisan.....	6
1.4. Manfaat penelitian .....	6
1.4.1. Bagi Perusahaan (Socialights Indonesia).....	6
1.4.2. Bagi Penulis .....	7
1.4.3. Bagi Pihak lain.....	7
1.5. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB 2 KERANGKA TEORI</b> .....	<b>9</b>
2.1. Pengertian Budaya Organisasi .....	9
2.2. Karakteristik Budaya Organisasi .....	11
2.3. Fungsi Budaya Organisasi .....	13
2.4. Sumber Budaya Organisasi .....	14
2.5. Faktor Perubahan Organisasi .....	16
2.6. Proses Terbentuknya Budaya Organisasi .....	18
2.7. Mempertahankan Budaya Organisasi .....	19
2.8. Tipologi Budaya Organisasi .....	22
2.9. <i>Competing Values Framework</i> (CFV) .....	24
2.10. Organizational Culture Assessment Instrument (OCAI) .....	27
2.11. Penelitian Terdahulu .....	36



2.12.	Kerangka Pemikiran .....	41
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1.	Jenis Penelitian .....	43
3.2.	Metode Penetilan .....	43
3.3.	Tahapan Penelitian .....	44
3.4.	Operasionalisasi Variabel .....	45
3.5.	Populasi dan Sampel .....	48
3.6.	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.7.	Teknik Pengolahan Data .....	51
<b>BAB 4</b>	<b>OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
4.1.	Sejarah Persahaan.....	56
4.2.	Informasi Dasar Perusahaan .....	58
4.3.	Visi dan Misi Perusahaan.....	58
4.4.	Jasa yang Ditawarkan Perusahaan .....	59
4.5.	Struktur Organisasi .....	62
4.6.	<i>Job Description in Core Division</i> .....	63
<b>BAB 5</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
5.1.	Karakteristik Responden .....	65
5.1.1.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
5.1.2.	Data Responden Berdasarkan Usia .....	67
5.1.3.	Data Responden Berdasarkan Lama Bekerja .....	68
5.1.4.	Data Responden Berdasarkan Divisi.....	69
5.1.5.	Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir. ....	70
5.2.	Profil Budaya organisasi Berdasarkan Dimensi .....	71
5.2.1.	Karakteristik Dominan.....	72
5.2.2.	Kepemimpinan Organisasi .....	75
5.2.3.	Pengelolaan Karyawan .....	78
5.2.4.	Perekat Organisasi .....	81
5.2.5.	Penekanan Strategis.....	84
5.2.6.	Kriteria Keberhasilan.....	87
5.3.	Analisis Budaya Organisasi .....	90
5.3.1.	<i>Clan Culture</i> .....	92



5.3.2.	<i>Adhocracy Culture</i> .....	94
5.3.3.	<i>Market Culture</i> .....	97
5.3.4.	<i>Hierarchy Culture</i> .....	99
5.4.	Profil Budaya Organisasi yang Diterapkan Saat Ini dan Diharapkan.....	101
<b>BAB 6</b>	<b><i>KESIMPULAN DAN SARAN</i></b> .....	<b>112</b>
6.1.	Kesimpulan.....	112
6.2.	Saran .....	115
	<b><i>DAFTAR PUSTAKA</i></b> .....	<b>118</b>
	<b><i>LAMPIRAN</i></b> .....	<b>120</b>



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Proses Terbentuknya Budaya Organisasi .....</b>	<b>19</b>
<b>Gambar 2.2 Proses Sosialisasi .....</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 2.3 Competing Values Framework.....</b>	<b>25</b>
<b>Gambar 2.4 Alternatif Budaya Organisasi .....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 2.5 Kerangka Pemikiran .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 3.1 Metode Penelitian .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 3.2 Worksheet for Scoring the OCAI.....</b>	<b>53</b>
<b>Gambar 3.3 Contoh Grafik Profil Budaya Organisasi.....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 4.1 Logo Sosialights Indonesia.....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4.2 Struktur Organisasi Socialights Indonesia.....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 5.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Persentase).....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar 5.2 Data Responden Berdasarkan Usia (Persentase).....</b>	<b>67</b>
<b>Gambar 5.3 Data Responden Berdasarkan Lama Bekerja (Persentase).....</b>	<b>68</b>
<b>Gambar 5.4 Data Responden Berdasarkan Divisi (Persentase) .....</b>	<b>69</b>
<b>Gambar 5.5 Data Responden Berdasarkan Divisi (Persentase) .....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 5.6 Profil OCAI Karakteristik Dominan .....</b>	<b>73</b>
<b>Gambar 5.7 Profil OCAI Kepemimpinan Organisasi .....</b>	<b>76</b>
<b>Gambar 5.8 Profil OCAI Pengelolaan Karyawan .....</b>	<b>79</b>
<b>Gambar 5.9 Profil OCAI Perekat Organisasi .....</b>	<b>82</b>
<b>Gambar 5.10 Profil OCAI Penekanan Strategis .....</b>	<b>85</b>
<b>Gambar 5.11 Profil OCAI Kriteria Keberhasilan .....</b>	<b>88</b>
<b>Gambar 5.12 Profil OCAI .....</b>	<b>106</b>



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Hubungan Dimensi dan Kultur Budaya Organisasi OCAI .....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>36</b>
<b>Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 3.2 Contoh Pengisian Poin Kuesioner OCAI .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabel 3.3 Gabungan Scoring Budaya Organisasi .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.1 Services from Socialights Indonesia .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4.2 Job Description .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 5.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin (Frekuensi) .....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 5.2 Data Responden Berdasarkan Usia (Frekuensi) .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 5.3 Data Responden Berdasarkan Lama Bekerja (Frekuensi) .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 5.4 Data Responden Berdasarkan Divisi (Frekuensi) .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 5.5 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir (Frekuensi) .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 5.6 Scoring the OCAI Dimensi Karakteristik Dominan .....</b>	<b>72</b>
<b>Tabel 5.7 Scoring the OCAI Dimensi Kepemimpinan Organisasi .....</b>	<b>75</b>
<b>Tabel 5.8 Scoring the OCAI Dimensi Pengelolaan Karyawan .....</b>	<b>78</b>
<b>Tabel 5.9 Scoring the OCAI Dimensi Perikat Organisasi .....</b>	<b>82</b>
<b>Tabel 5.10 Scoring the OCAI Dimensi Penekanan Strategis .....</b>	<b>85</b>
<b>Tabel 5.11 Scoring the OCAI Dimensi Kriteria Keberhasilan .....</b>	<b>88</b>
<b>Tabel 5.12 Scoring the OCAI Clan Culture .....</b>	<b>93</b>
<b>Tabel 5.13 Scoring the OCAI Adhocracy Culture .....</b>	<b>95</b>
<b>Tabel 5.14 Scoring the OCAI Market Culture .....</b>	<b>97</b>
<b>Tabel 5.15 Scoring the OCAI Hierarchy Culture .....</b>	<b>100</b>
<b>Tabel 5.16 Scoring the OCAI .....</b>	<b>102</b>
<b>Tabel 5.17 Gap Culture Organization .....</b>	<b>103</b>
<b>Tabel 5.18 Tingkat Dominasi Culture Organization .....</b>	<b>103</b>



## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Budaya adalah suatu kebiasaan atau cara hidup yang ada dalam suatu kelompok atau organisasi tertentu. Budaya dapat terbentuk secara sadar ataupun tidak sadar dari beberapa faktor seperti, nilai-nilai, keyakinan, kebiasaan, makna, dan norma yang dipahami serta dianut oleh suatu kelompok tertentu. Budaya organisasi yang dianut oleh individu-individu yang ada pada organisasi akan menjadi karakteristik tersendiri yang diterapkan dan dimiliki oleh organisasi tersebut. Budaya organisasi yang dijunjung tinggi dan diimplementasikan oleh anggota organisasi akan berdampak pada perkembangan organisasi yang lebih baik dari sebelumnya.

Salah satu organisasi yang mementingkan faktor budaya adalah perusahaan. Suatu perusahaan tentunya memiliki budaya kerja atau budaya organisasi yang berkembang dan. Budaya yang terbentuk itu nantinya akan dijadikan pedoman tingkah laku bagi tiap individu organisasi dalam mencapai tujuan bersama. Budaya organisasi juga menjadi salah satu faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. Perusahaan dalam mencapai tujuannya tidak terlepas dari budaya organisasi yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan membangun etos kerja yang profesional. (Suprijatini, 2016) Budaya organisasi juga sering kali dijadikan sebagai strategi untuk memotivasi karyawan dalam peningkatan



kinerja yang nantinya akan berdampak pada pencapaian tujuan perusahaan. (Sagita, Susilo , & Cahyo, 2018, p. 74)

Dewasa ini, seiring dengan perkembangan zaman di era globalisasi, banyak perusahaan yang mulai menyadari pentingnya budaya organisasi demi pencapaian tujuan organisasinya. Saat ini budaya organisasi cenderung lebih fleksibel karena perusahaan tidak hanya menerapkan budaya kerja formal tetapi juga terdapat perusahaan-perusahaan yang mengadopsi budaya kerja informal. Setiap organisasi menerapkan budaya organisasi yang berbeda sesuai dengan karakteristiknya. (David & Valas, 2018, p. 182) Masing-masing organisasi memiliki budaya organisasinya sendiri, tergantung dengan bidang atau industri perusahaan yang ditekuninya. (Kusumaningtyas & Darmastuti, 2016, p. 57) Terlepas dari itu semua, budaya kerja yang diterapkan dan terbentuk di tiap perusahaan diharapkan dapat membantu tercapainya tujuan perusahaan.

Sejak dulu budaya organisasi yang cenderung formal lebih mendominasi jika dibandingkan dengan budaya organisasi yang informal. Tetapi saat ini banyak perusahaan dari industri-industri baru yang muncul karena adanya perkembangan teknologi dan globalisasi yang menerapkan budaya organisasi yang lebih fleksibel atau bisa disebut juga budaya organisasi yang informal. Salah satu contohnya adalah industri pemasaran, menurut *American Marketing Association*, *marketing* dapat di definisikan sebagai “*The activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, clients, partners, and*



*society at large*". (American Marketing Association, 2017) Saat ini karena adanya perkembangan teknologi, industri pemasaran mulai beralih dari *traditional marketing* menjadi *digital marketing*. *Digital marketing* adalah pengembangan dari *traditional marketing* dimana proses pemasaran dilakukan melalui media komunikasi offline seperti melalui penyebaran brosur, iklan di televisi dan radio. *Digital marketing* memanfaatkan perkembangan teknologi di dunia *digital* seperti media *internet* untuk melakukan kegiatan pemasaran agar dapat menjangkau target pasar yang lebih luas dan menghemat waktu serta biaya pemasaran. (Pradiani, 2017, p. 49) Tentunya ada perbedaan budaya organisasi yang diterapkan dalam industri *traditional marketing* dengan budaya organisasi yang diterapkan pada industri *digital marketing*.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *digital marketing* adalah Socialights Indonesia. Socialights Indonesia didirikan pada tahun 2012 di Jakarta. Socialights Indonesia merupakan anak perusahaan dari PT Spektrum Cahaya Nebula. Perusahaan ini menjadi *pioneer human-centered digital agency* yang didirikan di Jakarta. Socialights Indonesia merupakan perusahaan yang bukan hanya dapat didefinisikan sebagai pelopor *human-centered digital agency* di Jakarta, tetapi juga merupakan tempat yang didalamnya terdapat *fusion of passion, creativity, dan digital marketing*. Socialights Indonesia hadir untuk membantu membagikan ide agar dapat melangkah dan mengeksplor lebih dalam mengenai dunia digital. Socialights Indonesia adalah *agency* yang menawarkan ide dan membantu mengimplementasikannya. Socialights Indonesia memiliki visi dan misi yang berfokus pada manusia,



atau disebut juga *human-centered digital agency*. Manusia yang dimaksud disini bukan hanya *customers*, melainkan juga *employees* Socialights Indonesia yang nantinya akan mengimplementasikan ide yang telah ditawarkannya kepada *customers*. Socialights Indonesia bahkan memiliki acara rutin tiap 6 Bulan sekali yang diberi nama *playout*. *Playout* yang diadakan Socialights Indonesia disini adalah *sharing session* antar karyawan guna mempererat hubungan antar karyawan dan juga pemimpin, serta memfasilitasi penyampaian keluhan selama bekerja di Socialights Indonesia baik antar karyawan ataupun kepada pemimpin.

Socialights Indonesia diciptakan dari *creativity, adventurous, risk-takers*, dan *social media*. Socialights Indonesia tumbuh dan berkembang bersama dalam lingkungan keluarga-kerja atau yang biasa disebut dengan budaya organisasi. Socialights Indonesia menghadapi tantangan dan mengatasi hambatan yang dialami dengan mengamati, mempelajari, dan melaksanakan rencana untuk membuat *customers* terlihat dan menjadi bagian dalam dunia pemasaran digital ini. Ada banyak merek yang mengutamakan kuantitas daripada kualitas. Namun bagi Socialights Indonesia, yang menjadi faktor terpenting adalah memprioritaskan dan memfokuskan pada manusia-nya terlebih dahulu untuk menciptakan hasil yang optimal dan saling menguntungkan.

Budaya organisasi yang diterapkan dan dikembangkan harus sesuai serta kompatibel dengan visi dan misi dari organisasi itu sendiri. (Suprijatini, 2016, p. 98) Maka dari itu, tentunya Socialights Indonesia memiliki budaya



organisasi yang diterapkan dan diharapkan sesuai dengan visi serta misi yang dimilikinya. Penulis menggunakan *Organizational Culture Assesment Instrument* (OCAI) untuk mengetahui budaya organisasi apa yang diterapkan dan diharapkan oleh Socialights Indonesia. OCAI adalah metode yang dikembangkan oleh Kim S. Cameron dan Robert E. Quinn. Metode ini membagi budaya organisasi menjadi empat dimensi yang diantaranya adalah *clan culture*, *adhocracy culture*, *market culture*, dan *hierarchy culture*. (Cameron & Quinn, 2006, p. 36) Suatu perusahaan atau organisasi tidak terlepas dari empat dimensi yang ada di dalam metode ini atau bisa dikatakan merupakan campuran dari empat dimensi tersebut. Tetapi terlepas dari itu semua, dalam suatu perusahaan atau organisasi tentunya ada budaya dominan yang diterapkan dan dikembangkan oleh suatu perusahaan atau organisasi.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk menganalisis budaya organisasi yang diterapkan dan diharapkan oleh perusahaan Socialights Indonesia , yang akan dituangkan dalam penulisan yang berjudul “**Analisis Budaya Organisasi Socialights Indonesia**”

## **1.2. Rumusan Masalah**

Budaya Organisasi yang selaras dengan visi dan misi perusahaan merupakan faktor penting yang dapat membantu pencapaian tujuan dan keberhasilan suatu perusahaan. berdasarkan latar belakang penulisan penelitian ini, maka penulis akan membahas rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:



1. Budaya organisasi apa yang diterapkan Socialights Indonesia saat ini?
2. Budaya organisasi apa yang diharapkan karyawan Socialights Indonesia di masa yang akan datang?

### **1.3. Tujuan Penulisan**

Penulisan ini memiliki tujuan utama untuk menjawab rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, yaitu:

1. Mengetahui dan menganalisis budaya organisasi yang diterapkan Socialights Indonesia saat ini.
2. Mengetahui dan menganalisis budaya organisasi yang diharapkan Socialights Indonesia di masa yang akan datang.

### **1.4. Manfaat penelitian**

#### **1.4.1. Bagi Perusahaan (Socialights Indonesia)**

Hasil penelitian memberikan informasi mengenai budaya organisasi yang diterapkan saat ini di Socialights Indonesia dan budaya organisasi yang diharapkan di kemudian hari. Hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat berkontribusi sebagai salah satu faktor yang dapat dipertimbangkan sebagai penentu pengambilan keputusan atau kebijakan yang akan diterapkan di perusahaan nantinya. Serta dapat menjadi solusi pemecahan masalah bagi perusahaan terkait dengan fenomena yang menjadi suatu masalah bagi perusahaan. Hasil penelitian ini juga sebagai sarana pengenalan *company profile* Socialights Indonesia kepada penulis



dan pihak lain yang menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

#### **1.4.2. Bagi Penulis**

Hasil penelitian dapat membantu penulis memperoleh pengetahuan, wawasan dan informasi mengenai budaya organisasi yang dapat membuka cara berpikir menjadi lebih luas mengenai ilmu yang ditekuni selama ini. Hasil penelitian juga dapat memberikan gambaran nyata mengenai apa yang terjadi sebenarnya di lapangan agar dapat dibandingkan dengan ilmu serta teori yang telah diperoleh sebelumnya. Selain itu hasil penelitian ini juga merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (SI) pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, di Universitas Katolik Parahyangan.

#### **1.4.3. Bagi Pihak lain**

Hasil penelitian dapat dijadikan referensi bagi pihak lain yang ingin mengkaji ataupun meneliti mengenai budaya organisasi. Hasil penelitian juga dapat menambah pengetahuan, wawasan, serta informasi mengenai budaya organisasi bagi pihak lain ataupun masyarakat luas.

### **1.5. Sistematika Penulisan**



Terdapat sistematika penulisan dalam penulisan skripsi ini, berikut merupakan sistematika penulisan dalam penulisan skripsi ini dari analisis budaya organisasi di Sosialights Indonesia.

- **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

- **BAB II : KERANGKA TEORI**

Dalam bab ini berisi teori-teori yang mendasari masalah yang akan diteliti, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

- **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, metode penelitian, tahapan penelitian, operasionalisasi variabel, teknik pengumpulan data, dan teknik penolahan data.

- **BAB IV : OBJEK PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, dalam hal ini objek penelitian adalah Socialights Indonesia

- **BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang hasil dan pembahasan mengenai penelitian serta analisis.

- **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang diharapkan dapat berguna di masa yang akan datang.