**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1 Latar Belakang Masalah**

 Peranan ilmu komunikasi pada era informasi seperti sekarang ini semakin mencuat kepermukaan dan sudah menjadi kebutuhan masyarakat dari berbagai golongan. Masyarakat semakin membutuhkan tenaga-tenaga yang berkualitas dan berkemampuan dalam mencari, memproses dan meneruskan informasi keberbagai lapisan masyarakat dengan cara dan bentuk komunikasi.

Mengingat pentingnya komunikasi, manusia merupakan makhluk sosial yang tidak lepas dari proses komunikasi. Dalam kehidupannya manusia tidak bisa hidup sendiri mereka membutuhkan proses interaksi komunikasi antara manusia yang satu dengan manusia yang lainnya seperti hidup bermasyarakat, bertetangga, berkeluarga atau dimana saja manusia berada tidak bisa lepas dari proses komunikasi tersebut, baik komunikasi secara langsung (verbal) maupun komunikasi secara tidak langsung (non verbal).

 Melalui interaksi tersebutlah yang kemudian manusia membentuk dua kelompok yakni kelompok besar dan kelompok kecil, kelompok besar diartikan masyarakat dan kelompok kecil adalah keluarga.Dalam kelompok besar atau pun kecil ada sebuah kebiasaan yang dilakukan oleh anggota kelompok tersebut dan disepakati oleh anggota-anggota kelompok tersebut, biasanya kebiasaan antara kelompok yang satu dengan kelompok yang lainnyamemiliki perbedaan.Jika suatu kebiasaan tersebut dilakukan terus menerus dan secara turun menurun dilakukan maka kebiasaan tersebut dapat dikatakan sebagai budaya.

 Budaya merupakan suatu kegiatan atau kebiasaan manusia yang secara terus menerus dilakukan, kebiasaan tersebut muncul oleh seseorang atau kelompok yang mempunyai pengaruh.Kebudayaan tersebut tercipta karena diinginkan atau sengaja dibuat.Budaya mempunyai sifat yang dinamis dimana kebudayaan tersebut dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan zaman atau kebutuhan, termasuk dalam sebuah perusahaan atau instansi budaya itu ada dan dibuat.

 *Corporate Culture* sengaja dibuat untuk membangun prestasi dan produktifitas tinggi, baik bagi perusahaan maupun pekerjaannya. Namun adapula budaya yang terbentuk dengan sendirinya tanpa disadari, kegiatan tersebut sudah menjadi budaya bagi perusahaan. *Corporat Culture* merupakan anggapan atau system keyakinan, nilai-nilai dan norma yang berkembang dalam sebuah perusahaan atau instansi yang dijadikan tingkah laku bagi pegawai-pegawai untuk mengatasi masalah adaptasi internal maupun eksternal.

 Terbentuknya suatu kebudayaan pada organisasi atau perusahaan tidak dapat lepas dari dukungan publik internal dan publik eksternal, adapun ruang lingkup hubungan eksternal yaitu hubungan keluar, dengan menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat, lembaga, perusahaan dan termasuk pemerintahan, *stakeholders* dengan tujuan terciptanya kepentingan bersama. Sedangkan hubungan internal disini menjelaskan bahwa *Public Relations* berperan aktif didalam perusahaan atau instansi yaitu menjalin hubungan yang baik antara pimpinan dan pegawai, pegawai dan pegawai, sehingga *Public Relations* disini berperan sebagai mediator.

 Hubungan masyarakat (Humas) dalam hal ini mempunyai hubungan yang erat dengan terbentuknya *Corporate Culture* yaitu dalam mendukung kegiatan dengan tujuan menjalin hubungan baik dan saling pengertian agar terciptanya motivasi kerja personil yang maksimal.*Public Relations* harus memiliki kemampuan khusus dalam mengkoordinasikannya dengan bagian-bagian lain yang terkait untuk membantu pimpinan teratas dalam upaya menerapkan secara tepat pengembangannya, hingga pemeliharaan *corporate culture* tersebut. Oleh karena itu berhasil atau tidaknya penerapan fungsi*corporate culture* tersebut tergantung dari keahlian praktisi *public relations* yang bertindak sebagai komunikator sekaligus juga sebagai mediator.

 *Culture* terbentuk melalui kerjasama antara pimpinan, *public relations* dan para personil atau pegawai.Usaha yang dilakukan *public relations* melalui *corporate culture* dalam menumbuhkan motivasi kerja karyawan, diarahkan pada suatu pencapaian tujuan organisasi yang dilakukan dengan jelas memenuhi kebutuhan-kebutuhan dalam perusahaan atau instansi-instansi.Karena manusia selalu mempunyai kebutuhan dan pemenuhan terhadap kebutuhan tersebut yang mendasari tindakan individu didalam suatu perusahaan atau organisasi. Pelaksanaan *corporate culture* memang sangat berperan penting untuk menciptakan kerjasama,saling pengertian, menjalin hubungan yang harmonis antara atasan dengan bawahan, sehingga jika *corporate culture* dapat berjalan dengan baik dan benar diharapkan dapat meningkatkan motivasi kerja personil atau karyawan. Tidak adanya motivasi kerja pada karyawan dapat menyebabkan suatu perusahaan/organisasi/institusi tidak dapat berjalan dengan lancar, maka akan menyebabkan kelumpuhan total pada sebuah perusahaan/ institusi tersebut.

Perusahaan di indonesia pada saat ini sebagian besar telah menggunakan humas dalam menjalin saling pengertian dengan khalayaknya. Salah satu khalayak utama dari perusahaan adalah karyawan. Perusahaan tidak akan berfungsi dengan baik tanpa adanya karyawan. Karyawan sebagai unsur utama dalam perusahaan yang memegang peranan penting dalam mencapai tujuan perusahaan. Karyawan mempunyai kepentingan sendiri terhadap perusahaan. Kepentingan karyawan yang beragam menuntut humas perusahaan untuk menciptakan program bagi kepentingan karyawan tersebut agar humas perusahaan mampu menciptakan program yang dapat meningkatkan motivasi dan efisiensi kerja karyawan.

Motivasi kerja yang kurang dari karyawan tidak akan mendukung sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan. Sikap seperti itu tidak akan menimbulkan suasana kerja yang baik, namun dapat menghambat tercapainya tujuan yang hendak dicapai perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya erat kaitannya dengan keberhasilan karyawan dalam menjalankan tugasnya. Keberhasilan karyawan dalam menjalankan tugasnya tersebut dipengaruhi juga oleh sikap mental kerja karyawan maupun moral kerja karyawan. Dengan kata lain pencapaian tujuan perusahaantergantung dengan sikap mental dan moral kerja karyawannya.

PT.BRODO untuk dapat memberikan hasil produksi sepatu terbaiknya kepada konsumen, diperlukan sumber daya manusia (SDM) yang terampil dan menguasai bidang yang ditekuninya. Sumber daya manusia (SDM) yang terampil dan berpendidikan sangat mendukung operasioal kerja dari perusahaan. Hal tersebut dibutuhkan oleh PT.BRODO Ganesha Indonesia supaya mendapatkan citra yang positif dari publik. Salah satu faktor penting yang dapat membantu PT.BRODO dalam mencapai tujuannya adalah tingginya motivasi kerja karyawan untuk memberikan yang terbaik bagi perusahaan maupun bagi konsumen.

Motivasi adalah suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu. Dan berupa dorongan yang didalamnya terdapat suatu proses penyampaian pesan dan memberikan semangat yang akan menimbulkan pengaruh pada pekerjaan, agar tercapainya tujuan yang diharapkan oleh pihak perusahaan atau organisasi. Misalnya, dalam suatu pekerjaan, motivasi merupakan daya penggerak yang menjamin terjadinya kelangsungan dalam bekerja, dan memberikan arah pada proses menajalankan pekerjaan sehingga tujuan yang diinginkan dapat terpenuhi. Dengan demikian, motivasi sangat berpengaruh terhadap hasil pekerjaan seseorang.

Motivasi kerja karyawan yang positif tidak hanya berarti mampu dan terampil dalam melaksanakan tugas serta kewajiban yang dituntut perusahaan, melainkan harus mampu mengimbangi pula dengan hak-hak yang diberikan perusahaan kepada karyawan. Usaha-usaha untuk mendapatka karyawan seperti itu diperlukan pembimbingan karyawan secara terus-menerus dalam proses peningkatan kecakapan, keahlian, pengetahuan, mental dan keterampilan karyawan, sehingga produktivitas kerja karyawan dapat tercapai karena dengan perbaikan cara kerja secara menyeluruh. Hal-hal seperti pemborosan waktu, tenaga dan berbagai hal lainnya yang dapat menghambat kemajuan perusahaan dari karyawannya dapat dikurangi dengan semaksimal mungkin.

 PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung merupakan perusahaan yang sangat mengutamakan komunikasi, hubungan yang harmonis, professional, disiplin, efektif, produktif dan bertanggung jawab. *Corporate culture* sangatlah penting dalam meningkatkan motivasi kerja para karyawan.Apabila seorang karyawan tidak mempunyai motivasi untuk bekerja, maka karyawan tersebut tidak akan mencapai hasil yang optimal. Untuk dapat belajar dengan baik diperlukan proses dan motivasi yang baik, memberikan motivasi kepada para karyawan, berarti menggerakan para karyawan agar mereka mau atau ingin melakukan sesuatu.

 Komunikasi yang efektif adalah hal terpenting dalam memotivasi para karyawan.Keterbukaan mengenai permasalahan yang dihadapi instansi, dan melibatkan personil atau karyawan dalam menyelesaikan permasalahan tersebut sehingga karyawan merasa diberikan kepercayaan.Namun bukan itu saja, karyawan juga membutuhkan perhatian dari atasan atau pimpinan.Perhatian tersebut dapat diberikan melalui pemberian hadiah *(Reward*) atas prestasi yang telah dicapai. Dengan pemberian hadiah tersebut diharapkan dapat meningkatkan motivasi dan gairah kerja para karyawan sehingga dalam melakukan pekerjannya semua dilakukan dengan semangat.

 Pimpinan tidak saja mengharapkan karyawan yang cakap dan terampil, tetapi yang terpenting mereka mau bekerja dengan giat dan berkeinginan tinggi untuk mencapai hasil kerja yang maksimal. Melalui *corporate culture* diharapkan para personil atau karyawan termotivasi untuk giat bekerja sehingga terciptanya tujuan instansi atau perusahaan.

 PT.BRODO Ganesha Indonesia, melakukan kegiatan yang membangun *corporate culture* dalam upaya meningkatkan motivasi kerja para karyawan. Dengan semangat kerja, diharapkan karyawan dapat membentuk identitas yang positif melalui disiplin kerja dan memberikan kemampuan yang terbaik untuk perusahaan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di PT.BRODO Ganesha Indonesia yang terdapat di Jl.Gudang Utara No.40B bandung, ada kecenderungan kurangnya motivasi kerja karyawan hal ini dapat dilihat dari indikator sebagai berikut: Masih kurangnya kesadaran dari karyawan PT.BRODO untuk menerapkan disiplin dalam hal waktu, padahal itu salah satu kewajiban sebagai seorang karyawan untuk disiplin menghargai waktu,contohnya: masih banyak karyawan yang datang terlambat dari waktu yang ditetapkan, sehingga pekerjaan menjadi terhambat. Kemudian masih kurang efektifnya pimpinan dalam menjalankan pekerjaan sehingga karyawan juga menjadi kurang kondusif dalam menjalankan pekerjaan. jobdesk yang diberikan juga kadang tidak sesuai dengan yang seharusnya jadi membuat pekerjaan menjadi kurang efektif. Profesionalisme kerja yang ditujukan oleh karyawan juga kurang sesuai dengan yang diharapkan hal ini dapat terlihat dari karyawan yang masih kurang memiliki rasa tanggung jawab atas pekerjaan dan tugas masing-masing yang telah diberikan oleh pimpinan dan masih kurangnya arahan dari pimpinan yang kiranya dapat memberikan motivasi kerja pada karyawan.

Berdasarkan hal ini peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang hasilnya diwujudkan dalam bentuk skripsi yang berjudul: **FUNGSI *CORPORATE CULTURE* DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN PT.BRODO GANESHA INDONESIA BANDUNG.**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka peneliti mengidentifikasikan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fungsi *corporate culture* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia yang terdiri dari nilai dan kepercayaan, efektifitas institusi, iklim institusi dalam meningkatkan motivasi kerja yang terdiri dari kondisi kerja, penghargaan, pekerjaan menarik karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung?
2. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi perusahaan pada kegiatan *corporate culture* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung?
3. Usaha-usaha apa saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan pada proses *corporate culture* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung.

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam melakukan penelitian ini selain sebagai syarat ujian sidang program Strata Satu (SI) bidang kajian Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public Relations,* Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui fungsi *corporate culture* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia bandung yang terdiri dari nilai dan kepercayaan, efektifitas institusi, iklim institusi dalam meningkatkan motivasi kerja yang terdiri dari kondisi kerja, penghargaan, pekerjaan menarik karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung.
2. Mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi perusahaan pada kegiatan *corporate culture* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung.
3. Mengetahui usaha-usaha yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi *corporate culture* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu.Berkaitan dengan tema penelitian, maka kegunaan penelitian ini terbagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi dan ilmu Hubungan Masyarakat.

**1.4.1 Kegunaan Teoritis**

1. Sebagai kajian pengembangan ilmu komunikasi khususnya mengenai bidang kajian *Public Relations* atau study deskriptif *Public Relations*.
2. Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai bidang komunikasi dan *public relations*, terutama mengenai fungsi *corporate culture* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung.
3. Menjadi bahan informasi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti dalam meningkatkan motivasi kerja.

**1.4.2 Kegunaan Praktis**

1. Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan sebagai salah satu perbandingan materi yang didapatkan diperkuliahan dengan penerapan pada institusi.
2. Dapat mengetahui secara langsung tentang bagaimana fungsi *corporate culture* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung.
3. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan dan bahan pemikiran mengenai pentingnya *corporate culture* bagi para karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung.

**1.5 Kerangka Pemikiran**

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang telah dikemukakan, peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, yaitu teori mengenai hal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan oleh peneliti.

 Penelitian yang dilakukan mengenai fungsi *corporate culture* dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan PT.BRODO Ganesha Indonesia Bandung. menggunakan Teori Budaya Organisasi *(Organizational Cultural Theory)* sebagai usaha memperlancar pemahaman mengenai sifat Budaya Organisasi atau perusahaan terhadap motivasi kerja atau kinerja karyawan. Menurut **Michael Pacanowsky dan Nick O’Donnell Trujillo** mengonseptualisasikan teori budaya organisasi untuk memahami kehidupan organisasi melampaui budaya pop, termasuk nilai-nilai, kisah, tujuan, praktik, dan filosofi perusahaan. Organisasi paling dapat dipahami dengan menggunakan lensa budaya. Para teoretikus menyatakan budaya bukanlah sesuatu yang dimiliki organisasi, melainkan sesuatu yang merupakan organisasi itu sendiri. Budaya dikonstruksi secara komunikatif melalui praktik-praktik dalam organisasi. Budaya adalah sesuatu yang nyata didalam organisasi atau perusahaan. Budaya organisasi adalah esensi dari kehidupan organisasi. Jantung dari teori budaya organisasi adalah keyakinan bahwa organisasi memiliki berbagai simbol, ritual, dan nilai yang membuatnya unik.

Terdapat tiga asumsi yang mengarahkan teori budaya organisasi adalah:

**(1) anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan perasaan yang dimiliki bersama mengenai realitas organisasi, yang berakibat pada pemahaman yang lebih baik mengenai sebuah nilai-nilai organisasi;**

 **(2) penggunaan dan interpretasi simbol sangat penting dalam budaya organisasi. Sebagian realitas (dan budaya) organisasi ditentukan oleh simbol-simbol. Dalam organisasi, simbol mencakup komunikasi verbal dan nonverbal. Sering kali, simbol-simbol ini mengkomunikasikan nilai-nilai organisasi; dan**

**(3) budaya dalam organisasi-organisasi yang berbeda, beragam, begitupun interpretasi tindakan dalam budaya tersebut. (Ardianto, 2010: 142)**

Ketiga asumsi tersebut menjadi dasar yang digunakan peneliti untuk menjadi subfokus pada penelitian ini, yaitu:

1. **Pemahaman Nilai-Nilai, asumsi ini berhubungan dengan pentingnya orang dalam kehidupan organisasi. Secara khusus, individu saling berbagi dalam menciptakan dan mempertahankan realitas. Individu-individu ini mencakup karyawan, supervisor dan atasan. Inti asumsi ini adalah yang dimiliki oleh organisasi. Nilai adalah standar dan prinsip-prinsip dalam sebuah budaya yang memiliki nilai intrinsik dari sebuah budaya. Nilai menunjukkan kepada anggota organisasi apa saja yang penting. Orang berbagi dalam proses menemukan nilai-nilai perusahaan. Menjadi anggota dari sebuah organisasi membutuhkan partisipasi aktif dalam organisasi tersebut.**
2. **Interpretasi Simbol,realitas organisasi ditentukan oleh simbol-simbol. Perspektif ini menggaris bawahi penggunaan simbol dalam organisasi. Simbol merupakan representasi untuk makna. Simbol-simbol ini sangat penting bagi budaya perusahaan. Simbol-simbol mencakup komunikasi verbal dan non verbal didalam organisasi. Seringkali simbol-simbol ini mengkomunikasikan nilai-nilai organisasi. Simbol dapat berupa slogan yang memiliki makna. Bagaimana simbol-simbol ini efektif bergantung tidak hanya pada media tetapi bagaimana karyawan perusahaan mempraktikannya.**
3. **Interpretasi Tindakan, asumsi mengenai teori budaya organisasi ini sangat bervariasi. Persepsi mengenai tindakan dan aktivitas dalam budaya-budaya ini juga seberagam budaya itu sendiri.**

 Proses komunikasi hanya akan terjadi apabila ada tiga komponen dasar tersebut diatas. Berdasarkan teori Budaya Organisasi yang dijabarkan secara deskriptif peneliti pun mencoba untuk mengaplikasikan ke-tiga subfokus penelitian yang terdiri dari pemahaman nilai-nilai, interpretasi simbol, dan interpretasi tindakan melalui nilai-nilai, kisah, tujuan, praktik, dan filosofi perusahaan kedalam masalah penelitian ini. Dengan demikian proses komunikasi dapat terjadi apabila tiga komponen tersebut terdapat saling hubungan, saling berproses dalam mewujudkan komunikasi yang dikehendaki

Perubahan sikap komunikan sangat tergantung pada proses komunikasi yang terjadi antara komunikator dengan komunikan. Artinya (pemahaman nilai-nilai) termasuk kedalam *corporate culture* yang ditanamkan oleh sebuah perusahaan yang mencakup karyawan, supervisor dan atasan. (Interpretasi simbol) Simbol-simbol mencakup komunikasi verbal dan non verbal didalam organisasi. (Interpretasi Tindakan) mencakup persepsi mengenai tindakan dan aktivitas karyawan dalam perusahaan tersebut, sehingga dapat menciptakan saling pengertian dalam diri pegawai maka proses selanjutnya diharapkan mendapatkan penerimaan yang baik dari karyawan. Agar pesan dapat diterima dengan baik, komunikan harus mempunyai pengetahuan, sikap, keterampilan, sistem sosial dan budaya yang tidak jauh berbeda yang dimiliki komunikator.Dengan begitu maka diharapkan terjadinya perubahan sikap dan dapat meningkatkan motivasi kerja kepada para karyawan.

 **Panuju** dalam bukunya “**Komunikasi Organisasi”** mendefinisikan *corporate culture* atau budaya perusahaan adalah sebagai berikut :

**Kumpulan dari kepercayaan, harapan dan nilai-nilai bersama oleh anggota korporasi dan ditransmisikan dari satu generasi ke generasi lainnya, hal ini menciptakan norma-norma atau aturan perilaku yang mendefinisikan perilaku yang dapat diterima orang dari manajemenn paling atas hingga karyawan operator.(2001:21-22)**

 Jadi pada hakikatnya, budaya perusahaan merupakan perpaduan antara kepercayaan, harapan-harapan dan nilai-nilai yang ditampilkan oleh para anggotanya dan ditularkan dari satu generasi karyawan ke karyawan lainnya secara berkesinambungan.Budaya perusahaan ini merupakan komitmen bersama dalam upaya pembentuka norma-norma atau suatu aturan main yang disepakati untuk menentukan sikap tindakan dan perilaku yang dapat diterima sutuhnya dalam perusahaan, mulai dari pimpinan hingga pelaksanaan yaitu para karyawannya.

 **Panuju** dalam buku “**komunikasi Organisasi”** menyebutkan unsur-unsur budaya organisasi atau perusahaan adalah sebagai berikut :

**Nilai dan Kepercayaan**

1. **Waktu**
2. **Efisiensi**
3. **Diri**
4. **Tindakan**
5. **Kinerja**

**Nilai dan kepercayaan tentang :**

1. **Karyawan**
2. **Pelanggan**
3. **Produksi**
4. **Manajemen**
5. **Masyarakat**
6. **Laba**

**Efektifitas Organisasi**

1. **Efisiensi**
2. **Kepemimpinan**
3. **Motivasi**
4. **Kinerja**
5. **Komitmen**
6. **Kepuasan**

**Iklim organisasi meliputi unsur-unsur**

**1. Tanggung jawab tingkat pendelegasian yang dialami karyawan.**

**2. Standar, harapan tentang kualitas kerja karyawan.**

**3. Imbalan, pengakuan dan penghargaan atas kinerja dan penolakan terhadap penyimpangan kerja.**

**4. keramahan semangat tim “persaudaraan” saling mempercayai penuh kejujuran.**

**5. kesiapan teknologi, penyempurnaan metode kerja.**

**6. komunikasi terbuka, kecakapan informasi dan terbuka bagi saran-saran.**

**Iklim Organisasi**

**1. Dukungan**

**2. Keikutsertaan dalam proses keputusan**

**3. Kejujuran, percaya diri dan keandalan**

**4. Terbuka dan tulus**

**5. Tujuan Kinerja yang tinggi.(2001:26-27)**

Berdasarkan uraian diatas maka dalam mencapai tujuan perusahaan perlu adanya hubungan antara atasan dan bawahan, yang mendukung pihak manajemen dalam mengembangkan *corporate culture*.Dengan begitu maka motivasi kerja karyawan dapat terbentuk.Seperti yang dikemukakan.**Herzberg** yang dalam bukunya “**Komunikasi Bisnis dan Profesional**“adalah sebagai berikut :

**Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang, agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.(2003:95)**

 Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dalam upaya memotivasi karyawan tidak hanya bersifat materil, tetapi juga non material. Menurut **Herzberg** dalam buku **Komunikasi Bisnis dan Profesional** yang termasuk jenis kebutuhan yang sifatnya non material adalah sebagai berikut :**“1. Kondisi kerja, 2. Penghargaan, 3. Pekerjaan Menarik”(1968:51).** Penjelasannya adalah sebagai berikut :

**1. Kondisi kerja adalah salah satu untuk meningkatkan motivasi kerja pegawai yaitu apabila pimpinan memberikan kondisi kerja yang baik, dalam hal ini pimpinan, fasilitas dan sarana kerja yang baik, maka motivasi pegawai dalam bekerja pun akan meningkat.**

**2. penghargaan adalah bentuk perhatian yang lebih yang diberikan oleh pimpinan kepada para karyawan yang telah berpartisipasi dalam bekerja, mengabdi kepada perusahaan, melaksanakan pekerjaan dengan professional dan disiplin dalam bekerja.**

**3. pekerjaan menarik adalah pekerjaan yang menggunakan imajinasi, inovasi yaitu terobosan baru dan penuh kreativitas (1968:52)**

Kebutuhan baik materil ataupun non materil apabila diberikan dan dijalankan dengan baik oleh pimpinan dalam upaya menjalankan perusahaan maka akan meningkatkan motivasi kerja karyawan dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaannya.

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa motivasi adalah faktor penting bagi kinerja individual atau departemen dengan departemen khususnya dilingkungan perusahaan PT.BRODO Ganesha Indonesia tergantung oleh banyak faktor yaitu psikologis dan lingkungan. Seorang pemimpin harus dapat mengusahakan agar instisusi atau perusahaan dapat berjalan dengan efektif dan mendapatkan hasil-hasil yang menguntungkan dan pencapaian yang baik bagi institusi dengan menstimulus suatu reaksi para karyawan melalui tindakan-tindakan bersifat efektif baik itu motivasi positif maupun motivasi negatif.

Hal ini dapat dilihat pada Gambar 1.2 Bagan Kerangka pemikiran dan Hubungan antar variable sebagai berikut :

**Gambar 1.2**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Fungsi *Corporate Culture* Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan PT.BRODO GANESHA INDONESIA

Teori Budaya Organisasi

Pemahaman Nilai-Nilai

Interpretasi Tindakan

Interpretasi Simbol

Variabel X

***Corporate Culture***

1. Nilai dan kepercayaan

2. Efektifitas Perusahaan

3. Iklim Perusahaan

Variabel Y

**Motivasi Kerja**

1. Kondisi Kerja

2. Penghargaan

3. Pekerjaan Menarik

1. Nilai dan kepercayaan

a. Waktu

b. Efisiensi

2. Efektifitas Perusahaan

a. Kepemimpinan

b. Komitmen

3. Iklim Perusahaan

a. Imbalan

b. Kesiapan Teknologi

c. Komunikasi Terbuka

**Panuju (2001:26-27)**

1. Kondisi Kerja

a. Fasilitas

b. Perhatian

2. Penghargaan

a. Profesionalisme

b. Prestasi Kerja

3. Pekerjaan Menarik

a. Imajinatif

b. Inovatif

c. Kreatif

**Herzberg (1968:51)**

**Sumber : Richard W (2010:274-), Panuju (2001:26-27), Herzberg (1968:51) Hasil Modifikasi Peneliti dan Pembmbing Tahun 2016**