

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan tentu memiliki budaya organisasi. Eksistensi budaya organisasi berperan penting ketika menentukan tingkat pencapaian dan daya saing perusahaan. Budaya organisasi dapat diinterpretasikan sebagai dorongan sosial yang bersifat tersembunyi namun mampu memicu sekelompok individu dalam organisasi untuk menjalankan aktivitas pekerjaan. Tanpa disadari, setiap anggota organisasi secara perlahan mempelajari budaya yang berlaku. Hal ini terutama dialami oleh anggota baru agar dapat diterima dalam lingkungan kerja. Adapun perlu memahami dan menyesuaikan diri dengan aturan yang ada baik mengenai suatu hal yang dilarang maupun yang harus dilakukan, nilai-nilai yang dianggap baik dan buruk, perilaku yang tepat dan tidak pantas serta kewajiban yang harus dipenuhi tanpa memberikan beban tambahan bagi organisasi.

Organisasi akan berkembang menuju suatu kultural yang mengalami proses institusionalisasi, dimana organisasi tersebut dibentuk dengan semangat solidaritas serta rasa kebersamaan & kerukunan dalam menghadapi suka dan duka bersama. Menurut Robbins dalam Indrawijaya (2010) budaya juga berguna sebagai penghubung sosial yang efektif menyatukan organisasi dengan memberikan kriteria yang tepat untuk apa yang harus dikatakan dan dilakukan oleh anggota organisasi. Budaya juga meliputi cara berpikir, pola sistem, tradisi anggota organisasi. Secara sosial, budaya membagikan petunjuk yang biasa dilakukan oleh individu kepada individu lain dengan menyampaikan tata cara perilaku.

Herlriegel dan Slocum (2016) menjelaskan bahwa budaya organisasi adalah gabungan antara nilai-nilai, pandangan, ideologi, harapan, dan impian. Oleh karena itu diwujudkan pada tindakan, sikap dan perilaku sehingga menjadi identitas dari organisasi tersebut. Pada perusahaan tertentu memiliki budaya masing-masing yang berbeda satu sama lain. Berinvestasi dalam budaya mencerminkan keyakinan yang mendasari pada struktur nilai suatu perusahaan. Pengelolaan budaya organisasi di perusahaan media mencakup komitmen terhadap sesuatu yang lebih luas daripada kepentingan pribadi seseorang. Budaya organisasi dapat menjalin ikatan emosional

antar karyawan yang berkaitan dengan kondisi karyawan (West&Turner dalam Gani, 2023). Namun mengembangkan budaya yang terikat hanyalah langkah pertama dari proses tersebut. Ketika mempertahankan budaya perusahaan menekankan manajemen yang efektif, tidak hanya karyawan dan strateginya tetapi juga budaya itu sendiri. Munculnya nilai-nilai terbuka memungkinkan perusahaan media untuk merespons perubahan pasar dengan lebih cepat. Sedangkan kompleksitas pekerjaan di media seperti penulisan, produksi, dan distribusi penting bagi perusahaan dalam menjaga keseimbangan antara kreativitas dan efisiensi kerja.

Budaya organisasi merupakan landasan dalam membentuk karakter, identitas dan arah gerak suatu organisasi. Pemahaman budaya mencakup norma, nilai, kebiasaan dan keyakinan yang dipatuhi oleh seluruh anggota. Praktik budaya terbentuk dengan proses panjang melalui kebijakan manajemen maupun interaksi sehari-hari antar individu di dalam organisasi. Bagaimana budaya suatu kelompok dapat diciptakan tidak berdiri sendiri namun tersusun dari berbagai elemen penting. Schein dalam Indrawijaya (2010) membedakan prinsip dasar (tidak disadari) dan nilai-nilai yang menyertai seiring konsistennya perilaku kolektif maupun tidak dengan keyakinan tersebut. Elemen ini berupa *core values*, bahasa, ikon, narasi, rutinitas dan struktur tidak tertulis yang menjadi bentuk respon pada lingkungan.

Elemen-elemen ini mempunyai kontribusi sebagai metode yang mempengaruhi cara berpikir, bersikap dan bereaksi para anggota perusahaan. Organisasi yang mampu mengenali dan mengelola elemen budaya secara tepat cenderung memiliki keunggulan. Sebuah studi yang dilakukan oleh Wiradinata dan Mustamu pada tahun 2013 mengenai analisis budaya organisasi perusahaan alas kaki menemukan hasil bahwa elemen penting adalah asumsi dasar berupa kekeluargaan dengan kategori *clan culture*. Hal ini berdampak dan berfungsi bagi beberapa faktor seperti mekanisme kontrol, perantara, dan keseimbangan sistem sosial. Selain itu penelitian yang diuji oleh Nafiqoh dan Fatchurrohman pada tahun 2024 juga memperkuat peran budaya organisasi yaitu mengelola anggotanya dengan menyesuaikan budaya yang baru terhadap peluang perusahaan untuk menghadapi tantangan (*culture is adaptive*).

Di era persaingan perusahaan media dan perubahan yang cepat, budaya menjadi semakin penting untuk menjaga ketekunan perilaku organisasi, meningkatkan sinergi tim, serta mempercepat penyesuaian adaptasi karyawan terhadap perubahan. Salah satu perusahaan yang sedang berkembang adalah Suara.com. Oleh karena itu Suara.com sebagai salah satu media digital yang terkemuka di Indonesia memiliki karakteristik yang berbeda dari perusahaan media lainnya. Implementasinya dapat dilihat berupa kemampuan untuk beradaptasi dengan tren publik terhadap perubahan teknologi. Hal ini diperkuat oleh penilaian dan piagam AMSI Awards 2022 dalam kategori inovasi teknologi terbaik. Perusahaan yang telah berdiri sejak 2014 ini mendukung fleksibilitas dan inovasi dalam menyajikan berita dan informasi kepada audiens.

Adanya penelitian pada budaya organisasi Suara.com berguna untuk mengetahui pendalaman elemen-elemen budaya tersebut dijalankan dalam sehari-hari. Rencana proses dalam penelitian ini berupa menelusuri elemen budaya baik secara formal (kantor, dokumen resmi, peraturan dan lain-lain) maupun non formal (suasana, kebiasaan kerja, narasi internal dan lain-lain). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menjelaskan budaya organisasi saja namun juga mengidentifikasi implikasi budaya organisasi yang mengadopsi teori Schein (2014). Melalui pendekatan kualitatif, penelitian yang dilakukan penulis diharapkan dapat memberikan pembaharuan secara teoritis maupun praktis dalam budaya organisasi di Suara.com Yogyakarta. Hasil dari kajian ini dapat memberikan kontribusi bagi organisasi dalam memperkuat identitas budaya yang sesuai dengan dinamika kerja media digital serta menjadi acuan akademik dalam analisa budaya organisasi di sektor industri kreatif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang dibuat oleh penulis maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Seperti apa elemen-elemen budaya organisasi pada Suara.com di Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yakni :

1. Mengetahui elemen-elemen budaya organisasi pada Suara.com di Yogyakarta.

D. Tinjauan Pustaka

Pada penelitian ini, penulis mengkaji hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Hal ini memberikan dasar teori untuk memperkaya analisis serta temuan terhadap rumusan masalah penelitian. Beberapa penelitian sebelumnya yang telah ditentukan oleh penulis sebagai berikut :

Pertama, “Budaya Organisasi: Dampaknya Pada Peningkatan Daya Saing Perusahaan” merupakan penelitian yang dilakukan oleh Bangun (2008). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi konsep budaya organisasi dan fungsinya dalam mendukung keberhasilan organisasi. Penelitian ini menggunakan jenis kepustakaan. Penelitian ini membahas tentang tiga tingkatan budaya organisasi menurut Schein yaitu artefak(sistem organisasi yang dapat dilihat), nilai yang dianut (saran, taktis, dan filosofis) & asumsi dasar (bawah sadar, respon, pikiran, dan rasa). Artefak dapat berupa produk, layanan bahkan perilaku manusia. Nilai yang dianut adalah tingkat yang tidak dapat dilihat karena berada di dalam pikiran. Asumsi dasar merupakan keyakinan yang dianggap oleh anggota organisasi dengan pasti. Sedangkan Schermerhorn menjelaskan dua bagian berupa budaya pengamatan dan budaya inti. Budaya pengamatan terdiri dari sejarah, pahlawan, upacara keagamaan, acara dan tanda. Budaya inti meliputi nilai pelayanan, kinerja, tanggung jawab sosial, pembaruan, tim kerja, dan lain-lain. Budaya organisasi dapat digunakan sebagai acuan untuk membedakan antara budaya yang kuat dan lemah. Budaya yang kuat cenderung memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku karyawan serta memiliki keterkaitan yang erat dengan penurunan tingkat *turnover*.

Kedua, “Analisis Budaya Organisasi Pada Perusahaan Alas Kaki” ialah penelitian yang diuji oleh Wiradinata dan Mustamu (2013). Tujuan penelitian ini bertujuan untuk memahami asumsi dasar yang ada di Perusahaan tersebut. Metode penelitian

dilakukan secara studi kasus dengan mewawancarai manajer sumber daya manusia dan manajer operasional serta data sekunder (arsip organisasi). Selain itu narasumber diperoleh dari karyawan bagian produksi. Berdasarkan pencapaian hasil maka ditemukan bahwa terdapat toleransi tinggi karena budaya kekeluargaan sejak organisasi ini berdiri. Asumsi dasar yang dimiliki perusahaan adalah kekeluargaan, dimana para anggota merasa nyaman dan tidak bersedia membawa perubahan besar terhadap organisasi. Fokus karyawan tidak terletak pada gaji namun mengarah pada asumsi dasar berupa *groupism*. Dapat disimpulkan jika perusahaan ini menganut jenis budaya *clan culture*. Tetapi dalam perusahaan alas kaki belum terlihat menekankan nilai pengembangan yaitu *value drivers*. Selain itu perusahaan mengadopsi nilai dari *market culture* yaitu orientasi hasil.

Ketiga, “Karakteristik Budaya Organisasi : Sebuah Studi Kualitatif terhadap Pengusaha Batik Muslim Laweyan Surakarta” yang ditulis oleh Hakim, Abdullah dan Sa’adah (2021). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan nilai-nilai budaya organisasi yang melandasi budaya organisasi di industri Batik Laweyan Surakarta. Data primer didapatkan pada saat mewawancarai informan berjumlah 10 orang. Karakteristik yang melatarbelakangi lima perusahaan tersebut adanya budaya perjuangan yang diprioritaskan melalui bagian manajemen. Implementasi budaya direalisasikan oleh karyawan yang bersikap ambisius dan pro aktif dan menghindari sikap malas. Salah satunya pada perusahaan Batik Halus Puspa Kencana yang memiliki agenda seminar, pameran, dan lain-lain. Karakteristik kedua berupa budaya kebersamaan yang mendorong kegiatan organisasi seperti membentuk forum sehingga kestabilan perusahaan dapat diterima dibanding rasa individualisme. Ketiga adanya budaya tolong-menolong yang dilihat ketika distribusi produk batik. Selanjutnya budaya peduli sesama seperti memberi perhatian dan tanggung jawab kepada karyawan. Adapun budaya profesionalitas yang memaksimalkan komitmen dan menjaga kemitraan terhadap perusahaan lain. Budaya kreatif dan progresif ditemukan dalam perusahaan ini, ditunjukkan perkembangan ide pada proses pembuatan batik. Terakhir terbentuknya budaya ketelitian yaitu sejauh apa SDM menjalankan ketepatan pekerjaannya.

Keempat, “Analisis Budaya Organisasi dan Motivasi Karyawan Terhadap Kepuasan Kerja Pada PT Karya Masyarakat Mandiri” merupakan penelitian yang dikerjakan oleh Hidayatullah, Fatimah dan Munadiyan(2024). Penelitian yang dilakukan secara kualitatif ini menggunakan wawancara, observasi non partisipan dan teknik triangulasi. Hasil dari penelitian memuat beberapa temuan yaitu artefak seperti bangunan roko, kegiatan doa bersama serta fasilitas kantor. Kedua, nilai yang diyakini berupa kejujuran, kedisiplinan etos kerja tinggi dan tanggung jawa. Ketiga, asumsi dasar tercermin dalam sikap ramah karyawan dan komitmen menjaga Amanah. Selain itu tingkat kepuasan kerja karyawan turut dipengaruhi oleh faktor motivasi antara lain penghasilan yang layak serta peluang untuk berkembang dalam karir. Kolaborasi antar tim menjadi elemen penting untuk meningkatkan efisiensi.

Kelima, “Aktualisasi Budaya Organisasi Melalui Artefak Dalam Membangun Identitas Lembaga Pendidikan Islam” ialah penelitian yang dianalisis oleh Farid dan Nugraha pada tahun 2024. Penelitian ini meliputi data kualitatif dengan pendekatan postpositivisme yang dilakukan secara alami. Objek dalam penelitian berupa MAN 2 Kota Bandung. Temuan dalam penelitian ini berhubungan pada konsep elemen budaya organisasi yaitu artefak. Aspek tersebut adalah bangunan dengan menggunakan desain minimalis dimana menggambarkan konsep lembaga yang menghormati kesederhanaan dalam perilaku. Selanjutnya terdapat ornamen mencakup potongan ayat Al-Quran yang berperan sebagai simbolisasi. Adanya seragam terlihat pada pakaian batik dan koko yang dipakai pada hari Kamis dan Jumat. Hal ini sesuai dengan teori Schein bahwa seragam melambangkan nilai yang terkandung di MAN 2 Kota Bandung. Slogan juga menjadi bukti artefak yaitu “Mandaba Unggul Berprestasi” yang mampu menyampaikan pesan yang akan diingat oleh anggota organisasi. Terakhir, logo yakni simbol dengan mempresentasikan identitas organisasi sebagai lembaga pendidikan islam.

Tabel 1 Penelitian terdahulu

Nama, Tahun, dan Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Wilson Bangun (2008) Budaya Organisasi : Dampaknya Pada Peningkatan Daya Saing Perusahaan.	Terdapat konsep budaya organisasi seperti tingkatan budaya organisasi Schein (artefak, nilai yang dianut, asumsi dasar)& dua bagian budaya organisasi Schermerhorn (budaya pengamatan dan inti). Adapun kategori budaya kuat dengan ciri-ciri mengakui nilai inti budaya sedangkan budaya lemah ditunjukkan dengan rendahnya komitmen karyawan.	Penelitian Wilson Bangun (2008) dan penelitian yang dilakukan penulis mengulas tingkatan budaya organisasi Schein.	Penelitian Wilson Bangun (2008) membahas teori Schermerhorn dan kategori budaya kuat & lemah serta menggunakan metode literatur kepustakaan sedangkan penelitian yang dilakukan penulis hanya meninjau elemen budaya organisasi perusahaan dan berdasarkan metode observasi.
Wiradinata & Mustamu (2013) Analisis Budaya Organisasi Pada Perusahaan Alas Kaki”.	Asumsi dasar perusahaan merupakan kekeluargaan yaitu anggota merasa nyaman. Jenis budaya perusahaan ini termasuk <i>clan culture</i> . Namun belum mengembangkan penggerak nilai dari <i>clan culture</i> . Tetapi	Penelitian Wiradinata & Mustamu (2013) dengan penelitian yang dikaji oleh penulis menggunakan teori Schein yaitu asumsi dasar, nilai, dan artefak serta memakai metode kualitatif.	Penelitian Wiradinata & Mustamu (2013) memaparkan asumsi dasar dan jenis budaya organisasi berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis hanya elemen budaya organisasi.

	menjalankan salah satu nilai dari <i>market culture</i> berupa orientasi hasil.		
Hakim, Abdullah dan Sa'adah (2021) Karakteristik Budaya Organisasi :Sebuah Studi Kualitatif terhadap Pengusaha Batik Muslim Laweyan Surakarta.	Terdapat beberapa karakteristik budaya organisasi yaitu budaya perjuangan, budaya kebersamaan, budaya tolong-menolong, budaya peduli sesama, budaya profesionalitas, budaya kreatif & progresif, budaya ketelitian. Nilai budaya organisasi pada lima perusahaan adalah adanya tradisi yang diwariskan, mengikuti perubahan teknologi, meningkatkan kualitas produk.	Penelitian Hakim, Abdullah dan Sa'adah (2021) dan penelitian yang dilaksanakan oleh penulis menganalisis budaya organisasi yang terdapat di perusahaan dengan menggunakan metode kualitatif.	Penelitian Hakim, Abdullah dan Sa'adah (2021) meneliti sebanyak lima perusahaan sedangkan penulis hanya meneliti satu perusahaan. Penelitian Hakim menekankan budaya organisasi spiritual.
Hidayatullah, Fatimah, dan Munadiyan (2024) Analisis Budaya Organisasi dan Motivasi Karyawan Terhadap	PT Karya Masyarakat Mandiri memiliki ketiga lapisan budaya yaitu artefak (bangunan ruko, doa bersama dan fasilitas kantor), nilai-nilai (jujur, disiplin, kerja keras dan	Penelitian Hidayatullah, Fatimah, dan Munadiyan dengan penelitian yang dilakukan penulis ialah	Penelitian Hidayatullah, Fatimah dan Munadiyan tidak hanya membahas lapisan budaya organisasi Schein namun juga menjelaskan

Kepuasan Kerja Pada PT Karya Masyarakat Mandiri.	tanggung jawab) & asumsi dasar (karyawan ramah dan menjaga amanah). Tingkat kepuasan kerja juga dipengaruhi oleh faktor motivasi seperti penghasilan yang memadai dan kemajuan dalam karir.	menjelaskan elemen budaya organisasi.	motivasi karyawan terhadap kepuasan bekerja.
Farid & Nugraha (2024) Aktualisasi Budaya Organisasi Melalui Artefak Dalam Membangun Identitas Lembaga Pendidikan Islam.	Artefak yang terlihat pada MAN 2 Kota Bandung dalam bentuk bangunan minimalis, ornament ayat Al-Quran, identitas seragam pada baju batik&koko, slogan “Mandaba Unggul Berprestasi” serta logo organisasi.	Penelitian Farid dan penelitian yang ditelaah oleh penulis meninjau teori elemen budaya organisasi Schein.	Penelitian Farid hanya memfokuskan elemen artefak saja dan objek penelitian berupa lembaga Pendidikan.

E. Kerangka Konseptual

1. Budaya Organisasi

1.1 Definisi Budaya Organisasi

Menurut Wilkins dalam Indrawijaya (2010) mengartikan budaya organisasi sebagai sesuatu yang diterima dengan standarisasi dan dapat diklasifikasikan serta diberikan kepada individu lain terhadap lingkungan sosial. Namun budaya organisasi juga satu kesatuan sistem yang memiliki makna bersama dan diyakini oleh anggota organisasi dengan begitu dapat membedakan suatu organisasi dari organisasi lain (Robbins, 2009). Sedangkan Schein dalam Indrawijaya (2010) menjelaskan budaya organisasi merupakan rutinitas, tradisi, aturan, perilaku dalam melakukan sesuatu yang terdapat di organisasi, Budaya organisasi muncul sebagai hasil dari berbagai upaya yang telah dilakukan sebelumnya. Mengacu pada sistem yang dicermati dan diketahui secara kolektif oleh seluruh anggota organisasi.

Budaya organisasi merupakan karakter yang melekat dan dihargai dalam suatu organisasi maupun dalam kehidupan masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari ikatan budaya yang terstruktur di dalamnya. Esensi budaya organisasi bagi sebuah organisasi mempunyai kaitan dengan perannya dalam memberikan ajaran, prinsip, konvensi serta membangun etika yang ada dalam organisasi tersebut (Kurnia et al., 2023). Sukmara (2023) mendefinisikan budaya organisasi sebagai aset yang tidak berwujud bagi organisasi tetapi terbentuk atas pola dasar bersama. Organisasi yang memiliki budaya mencakup beberapa nilai, praktik, filosofi lalu harapan yang terinternalisasi yang tercermin dalam perilaku para anggota baik secara internal, eksternal maupun di masa mendatang (Habudin dalam Rizal 2024).

1.2 Elemen Budaya Organisasi

Berdasarkan jurnal “Organizational Culture and Leadership” oleh Schein (2014) memiliki tiga komponen yaitu :

a. Artefak

Hal yang termasuk manifestasi nyata dari budaya organisasi tetapi hanya permukaan dari struktur budaya. Lapisan paling luar ini dapat diperhatikan, didengar, dan terasa. Selain itu dapat diamati secara langsung oleh anggota ataupun orang luar. Artefak merefleksikan wujud nyata dari budaya yang terbentuk misalnya gaya busana, slogan, ruang kerja, logo, bahasa khusus dan ritual yang

sering digunakan, dan kebiasaan yang berlangsung di tempat kerja (Arfian et al., 2024).). Artefak berperan sebagai representasi fisik dari nilai-nilai & kepercayaan yang dipercayai oleh organisasi.

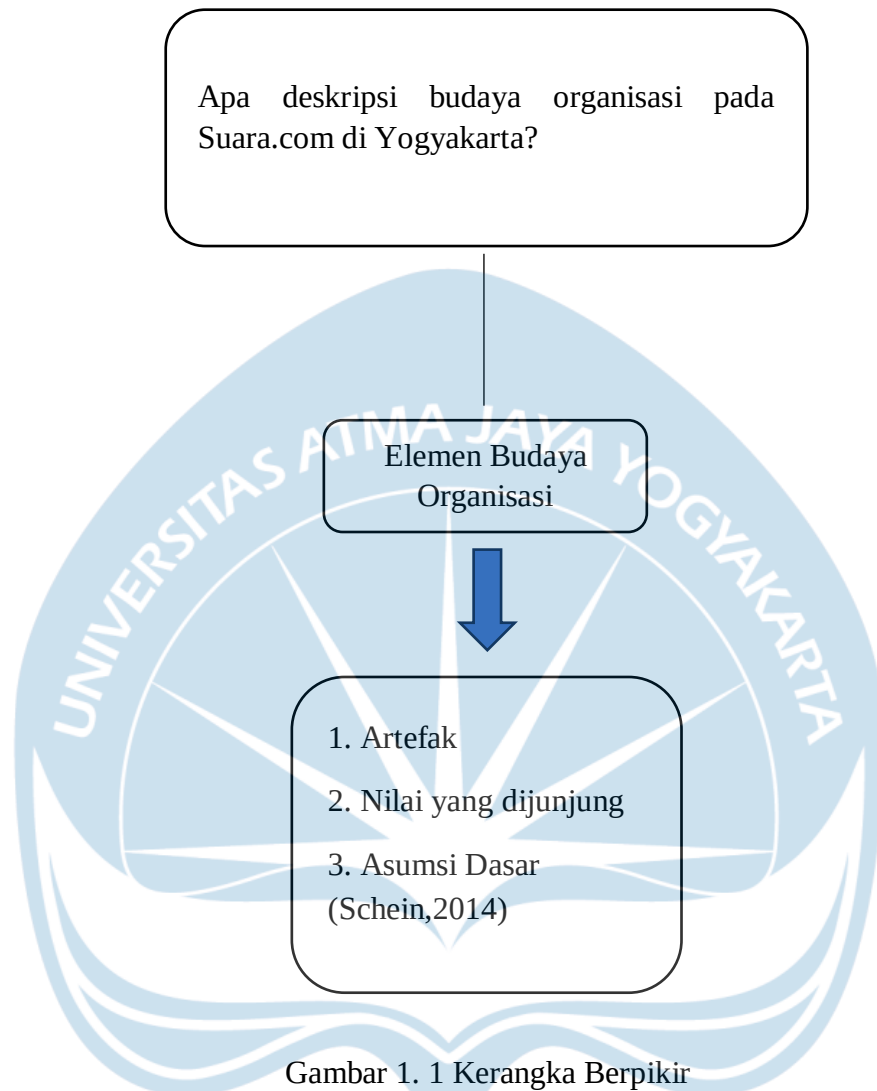
b. Nilai yang dijunjung

Elemen ini termasuk lapisan tengah dalam struktur budaya organisasi. Nilai-nilai ini berfungsi sebagai petunjuk dalam berperilaku, mengambil keputusan, dan berinteraksi di lingkungan kerja. Meskipun nilai yang dijunjung tidak tampak secara langsung seperti artefak namun bisa diidentifikasi melalui cara organisasi melakukan penentuan tujuan organisasi, aturan, filosofi, cara penyelesaian konflik internal dan eksternal serta pedoman yang dianggap penting oleh organisasi. Selanjutnya nilai ini membantu menjelaskan mengapa suatu tingkah laku dianggap benar atau salah dalam konteks budaya organisasi. Hanya keyakinan dan nilai-nilai yang bisa dibuktikan secara nyata terbukti efektif dalam menyelesaikan masalah kelompok yang nantinya akan dijadikan asumsi. Beberapa indikator tersebut adalah profesionalisme, transparansi, empati, kredibilitas (Hidayatullah et al., 2024).

a. Asumsi dasar

Bagian ini tergolong fundamental dalam budaya organisasi. Asumsi dasar merupakan keyakinan tidak sadar yang diterima begitu saja oleh anggota organisasi sebagai kebenaran absolut sehingga jarang dipertanyakan atau disadari keberadaannya. Asumsi (landasan) bermula dari pengalaman organisasi di masa lalu yang telah teruji kepeberhasilannya dan akhirnya menjadi pola pikir otomatis dalam menghadapi situasi tertentu. Contohnya seperti sifat individu, hubungan antar anggota, pengelolaan waktu, dan lain-lain. Pengetahuan terhadap asumsi dasar menjadi kunci dalam menganalisis atau menjalankan perubahan budaya organisasi secara menyeluruh. Dengan begitu indikatornya ialah perilaku, hubungan antar anggota, pengelolaan waktu, dan kontribusi karyawan (Ivanenich et al., 2006).

F. Kerangka Berpikir



Gambar 1. 1 Kerangka Berpikir

Pada skema di atas dapat dijelaskan jika dalam penelitian ini, peneliti mengadopsi pendekatan teori elemen budaya organisasi Schein. Budaya organisasi merupakan sistem yang berfungsi sebagai landasan tindakan, pengambilan keputusan, dan interaksi antarindividu dalam lingkungan kerja. Elemen budaya organisasi meliputi artefak, nilai yang dijunjung, dan asumsi dasar. Oleh karena itu elemen budaya organisasi mempunyai peran sebagai bahan utama yang dipelajari. Aspek tersebut dipahami secara mendalam mengenai elemen budaya organisasi yang mempengaruhi keterlibatan, produktivitas, dan komitmen karyawan. Selain itu dapat melihat sejauh mana budaya organisasi diterapkan ke dalam praktik kerja sehari-hari.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini mempunyai empat bab yakni :

1. BAB I: Bagian pendahuluan memuat uraian mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, kerangka konsep, kerangka berpikir serta sistematika penulisan.
2. BAB II: Bagian metodologi dan deskripsi objek/ subjek penelitian menguraikan jenis serta pendekatan yang dipilih, penetapan operasionalisasi konsep, metode pengumpulan data, tipe data yang digunakan dan teknik analisis data. Bab ini juga akan menguraikan mengenai informasi dari objek penelitian dan subjek penelitian yaitu karyawan yang tergabung dalam Suara.com Biro Yogyakarta.
3. BAB III: Bagian temuan dan pembahasan. Hasil dari penelitian ini berupa sekumpulan data selama penelitian berlangsung. Selanjutnya pembahasan berisi mengenai budaya organisasi di Suara.com Biro Yogyakarta yang dialami oleh para karyawan.
4. BAB IV: Bagian kesimpulan merupakan ringkasan dari seluruh temuan penelitian dan diharapkan dapat menjawab permasalahan yang diteliti.