

# **Pengaruh Tingkat Partisipasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan dalam Program Sosialisasi Nilai Baru Organisasi**

**Penerbit dan Percetakan Kanisius**

**Oleh :**

THEODORIN NAWANG SARI

Dr. GREGORIA ARUM YUDARWATI

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta (Jalan Babarsari No.6 Yogyakarta 55281)

## **ABSTRAK**

Sebuah organisasi yang memiliki kebijakan baru atau perubahan nilai organisasi dikomunikasikan kepada seluruh karyawan dengan harapan nilai tersebut menjadi acuan mereka dalam berperilaku dan bertindak dalam kehidupan organisasi sehari-hari. Untuk mencapai proses penerimaan nilai baru, Penerbit dan Percetakan Kanisius mengkomunikasikan perubahan nilai tersebut dengan mengadakan serangkaian program sosialisasi. Sosialisasi dalam organisasi merupakan salah satu cara menyampaikan informasi-informasi yang berkaitan dengan perubahan besar pada organisasi. Sosialisasi merupakan salah satu aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan perubahan pengetahuan, sikap mental, dan perilaku khalayak sasaran terhadap ide pembaruan (inovasi) yang ditawarkan. Tujuan dari sosialisasi tersebut akan lebih berhasil dengan adanya partisipasi. Secara konseptual partisipasi terdiri dari dua sisi, partisipasi secara mental serta partisipasi secara fisik. Partisipasi tidak hanya keterlibatan secara fisik tetapi keterlibatan mental dan emosional seseorang, sehingga mendorong untuk berkontribusi dan kesediaan untuk menerima tanggung jawab. Dalam penelitian ini peneliti menggali tingkat partisipasi secara mental hingga menemukan hasil pengaruh partisipasi terhadap tingkat pengetahuan dan pemahaman karyawan akan nilai baru organisasi. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada karyawan sebagai responden. Hasil dari penelitian ini, terdapat kontribusi tingkat partisipasi dalam program sosialisasi terhadap tingkat pengetahuan nilai-nilai organisasi 25.4% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Pengaruh lebih kuat pada kelompok responden yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi dengan besar pengaruh 32.3%. Pengaruh lebih kuat pada kelompok responden yang memiliki tingkat lama bekerja lebih tinggi dengan besar 26.3%.

**Kata kunci :** Sosialisasi, tingkat partisipasi, tingkat pengetahuan

## A. Latar Belakang

Perubahan nilai yang terjadi pada penerbit dan Percetakan Kanisius mengikuti perubahan *posisioning* dari penerbit dan percetakan yang awalnya menyediakan buku umum sekarang dikhususkan pada buku-buku pendidikan dan Gereja. Perubahan tersebut juga diikuti dengan perubahan *tag line* berupa “Mitra Sejati Gereja dan Dunia Pendidikan”. Dari perubahan tersebut terbentuk pula nilai-nilai baru organisasi. Perubahan nilai-nilai perusahaan diharapkan dapat ditanamkan dalam diri karyawan yang menjadi dasar untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Nilai tersebut perlu ditanamkan dalam diri karyawan agar kinerja organisasi yang terdiri dari individu-individu dapat berjalan selaras dengan nilai-nilai yang ada. Pihak manajerial tentunya akan melakukan berbagai upaya agar sebuah nilai ini dapat diterima dan dikembangkan oleh karyawan yang nantinya akan berguna bagi motivasi kerja, kepuasan kerja kemudian kinerja karyawan yang semakin baik dan pada akhirnya meningkatkan produktivitas organisasi atau perusahaan.

Komunikasi adalah kunci utama untuk memperkenalkan nilai baru organisasi kepada karyawan. Komunikasi merupakan kegiatan dalam sebuah organisasi dalam penelitian ini organisasi adalah perusahaan Penerbit dan Percetakan Kanisius dimana ada arus penyampaian informasi selalu terjadi di dalamnya. Sebuah organisasi yang memiliki kebijakan baru atau perubahan nilai organisasi dikomunikasikan kepada seluruh karyawan dengan harapan nilai tersebut menjadi acuan mereka dalam berperilaku dan bertindak dalam

kehidupan organisasi sehari-hari. Bagi karyawan baru, sosialisasi dimaksudkan agar mereka dapat menyesuaikan diri dengan budaya organisasi, menurut Robbins dalam Tika (2006:21). Nilai organisasi yang baru juga disosialisasikan agar karyawan dapat menyesuaikan diri dengan budaya organisasi.

Untuk mencapai proses penerimaan nilai Penerbit dan Percetakan Kanisius mengkomunikasikan perubahan nilai tersebut dengan mengadakan serangkaian program sosialisasi. Sosialisasi dalam organisasi merupakan salah satu cara menyampaikan informasi-informasi yang berkaitan dengan perubahan besar pada organisasi. Sosialisasi merupakan salah satu aktivitas komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan perubahan pengetahuan, sikap mental, dan perilaku khalayak sasaran terhadap ide pembaruan (inovasi) yang ditawarkan (Mc Shane, 2009:262).

Partisipasi yang selama ini sering menjadi patokan untuk penilaian tingkat partisipasi adalah partisipasi secara fisik seperti dikemukakan oleh Chapin dalam Slamet (1994:83) berupa keanggotaan dalam organisasi, frekuensi kehadiran, sumbangan yang diberikan, keanggotaan dalam kepengurusan, kegiatan yang diikuti, dan keaktifan dalam diskusi. Sedangkan Davis (1990:79) menyatakan bahwa partisipasi tidak hanya keterlibatan secara fisik tetapi keterlibatan mental dan emosional seseorang, sehingga mendorong untuk berkontribusi dan kesediaan untuk menerima tanggung jawab. Dari pernyataan diatas maka secara konseptual partisipasi terdiri dari dua sisi, partisipasi secara mental serta partisipasi secara fisik. Peneliti meneliti karyawan yang

selama ini telah turut berpartisipasi secara fisik seperti menghadiri pertemuan sosialisasi dan menjadi petugas dalam kegiatan sosialisasi. Selama ini kegiatan sosialisasi bersifat wajib diikuti oleh seluruh karyawan dan untuk menjadi petugas ditunjuk oleh personalia. Peneliti membutuhkan responden dengan kriteria karyawan yang telah bekerja lebih dari tiga tahun yang merupakan rentang waktu perubahan nilai tersebut dengan berlangsungnya penelitian ini, selain itu juga karyawan yang menghadiri setiap kegiatan sosialisasi dan pernah bertugas di dalamnya.

Dalam penelitian ini diasumsikan semua karyawan memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi secara fisik dan telah berpartisipasi secara fisik atau memberikan kontribusi dalam kegiatan sosialisasi, sehingga tingkat partisipasi dalam penelitian ini akan digali melalui tingkat partisipasi secara mental menggunakan teori yang dikemukakan oleh Keith Davis (1990:179) yang menyatakan bahwa partisipasi terdiri dari tiga gagasan yaitu partisipasi mental dan emosional, partisipasi yang didasari motivasi untuk berkontribusi, dan partisipasi yang dilihat dari penerimaan tanggung jawab karyawan.

Keberhasilan program sosialisasi dapat dilihat melalui bagaimana tingkat pengetahuan karyawan, mengingat nilai-nilai baru Penerbit dan Percetakan Kanisius dikeluarkan pada tahun 2011 dan kurun waktu tiga tahun hingga penelitian ini berjalan merupakan kurun waktu yang sangat singkat, diharapkan karyawan tersebut dapat memahami nilai-nilai baru perusahaan. Seiring berjalannya waktu penerimaan nilai baru perusahaan ini maka

pengetahuan dan pemahaman karyawan diharapkan lebih meningkat hingga karyawan dapat mengaplikasikannya dalam pekerjaan sehari-hari.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui tingkat partisipasi karyawan dalam program sosialisasi dapat berpengaruh pada tujuan program sosialisasi tersebut yaitu adanya perubahan pengetahuan dan pemahaman karyawan tentang nilai baru Penerbit dan Percetakan Kanisius.

### **B. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat bagaimana pengaruh partisipasi terhadap tingkat pengetahuan karyawan dalam program sosialisasi nilai baru organisasi dan juga hasil pengaruhnya ketika dikontrol oleh tingkat pendidikan atau lama bekerja.

### **C. Hasil Penelitian dan Analisis**

Pada pembahasan, peneliti akan membahas hubungan antara teori yang digunakan dengan hasil temuan di lapangan, sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh tingkat partisipasi karyawan dalam program sosialisasi nilai terhadap tingkat pengetahuan nilai baru perusahaan.

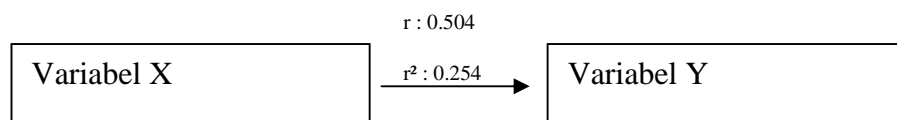
Perancangan nilai baru Penerbit dan Percetakan Kanisius sudah mengalami proses pengolahan yang cukup lama dan perumusan dilakukan oleh tim khusus yang kemudian divisi personalia ditugaskan untuk melaksanakan sosialisasi nilai baru tersebut. Dalam komunikasi organisasi

melalui program sosialisasi ini pihak personalia dan manajerial berlaku sebagai komunikator (pemberi pesan) dan staf berlaku sebagai komunikan (penerima pesan). Pihak personalia menggunakan berbagai media komunikasi salah satunya komunikasi tatap muka seperti sharing karya, di dalamnya karyawan dapat memberikan umpan balik berupa pertanyaan-pertanyaan untuk dapat didiskusikan bersama terkait dengan nilai-nilai baru perusahaan, dalam Penerbit dan Percetakan Kanisius juga disediakan *miling list* (milis) yang dapat digunakan untuk berdiskusi tentang kebijakan-kebijakan baru termasuk nilai baru perusahaan. Media massa juga digunakan berupa buku pedoman dan juga disampaikan melalui audio dalam kegiatan sapaan pagi.

Sosialisasi merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk menyampaikan informasi perubahan besar yang mempengaruhi seluruh anggota organisasi dan dimaksudkan untuk menciptakan perubahan pengetahuan, sikap mental, dan perilaku khalayak sasaran terhadap ide pembaruan (inovasi) yang ditawarkan (Mc Shane, 2009:262). Tujuan-tujuan di dalam organisasi tersebut dapat tercapai khususnya dalam penelitian ini tujuan sosialisasi untuk memberikan pengetahuan kepada karyawan tentang nilai baru perusahaan dengan adanya partisipasi (Riggio,2002:353).

#### BAGAN 1

#### **Pengaruh Tingkat Partisipasi Karyawan dalam Program Sosialisasi Terhadap Tingkat Pengetahuan tentang Nilai Baru Organisasi**



Dari bagan diatas dapat dilihat adanya kontribusi yang diberikan tingkat partisipasi karyawan dalam program sosialisasi (X) dan tingkat pengetahuan nilai baru organisasi (Y). Kontribusi tersebut sebesar  $r = 0.504$  dalam pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, yang termasuk kategori sedang adalah korelasi dengan interval antara 0.40 hingga 0.599 sehingga kontribusi yang diberikan sedang atau cukup berarti. Dengan adanya partisipasi di dalam sosialisasi maka tujuan dari sosialisasi akan semakin mudah tercapai walaupun pengaruhnya hanya sebesar 25.4% dibandingkan dengan pengaruh sempurna sebesar 100%. Sedangkan 74.6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini dapat dikatakan bahwa tidak hanya partisipasi yang berperan dalam keberhasilan program sosialisasi.

Konsep partisipasi dalam penelitian ini adalah partisipasi mental yang merupakan suatu kesatuan dari gagasan partisipasi yaitu keterlibatan mental dan emosional karyawan dan partisipasi memotivasi mereka untuk memberikan kontribusi kepada tujuan kelompok dan menerima tanggung jawab untuk pencapaian tujuan tersebut (Davis,1990:179). Semakin tinggi seseorang terlibat secara mental dan emosional kemudian semakin tinggi seseorang memiliki motivasi untuk berkontribusi dan juga semakin tinggi penerimaan mereka untuk memikul tanggung jawab maka semakin tinggi pula tingkat partisipasi dalam program sosialisasi (X). Dalam penelitian ini

tingkat partisipasi karyawan dalam program sosialisasi (X) terbilang tinggi dilihat dari olah data yang menunjukkan 68.7% responden memiliki tingkat partisipasi tinggi dan 13.3% memiliki tingkat partisipasi sangat tinggi.

Sesuai dengan data yang diperoleh peneliti dari hasil wawancara dengan pihak personalia Penerbit dan Percetakan Kanisius, hingga saat ini kesempatan untuk berpartisipasi secara fisik karyawan dalam sosialisasi nilai baru Penerbit dan Percetakan Kanisius bersifat terbuka dengan pengertian siapa saja boleh mendaftarkan diri menjadi petugas, dan untuk kehadiran dalam tiap kegiatan bersifat wajib, walaupun menurut personalia keikutsertaan dalam program ini bersifat terbuka tetapi petugas-petugas yang terlibat selama ini ditunjuk oleh pihak personalia untuk membantu dalam kegiatan seperti petugas kor dalam misa maupun persiapan retreat dan juga partisipasi secara fisik lainnya seperti bertugas dalam menyiarkan sapaan pagi dan partisipasi dalam kegiatan disukusi pada *milling list*.

Tujuan dari sosialisasi adalah adanya perubahan pada pengetahuan khususnya pengetahuan karyawan tentang nilai baru Penerbit dan Percetakan Kanisius. Tingkat pengetahuan dalam penelitian menggunakan konsep tingkat pengetahuan, di dalam konsep tersebut terdapat enam tingkatan tingkat pengetahuan yaitu *know*, *comprehension*, *application*, *analysis*, *synthesis*, dan *evaluation* (Notoatmodjo, 2007:122). Membutuhkan waktu yang panjang dalam penerimaan nilai baru



perusahaan untuk mencapai tahap aplikasi hingga evaluasi yang dilakukan oleh karyawan, mengingat nilai baru Penerbit dan Percetakan Kanisius melakukan pembaharuan nilai pada bulan Juni tahun 2011 dan sosialisasi tersebut hingga saat ini masih berjalan, maka peneliti mengukur hingga tahap pemahaman karyawan tentang nilai baru organisasi dan diharapkan ada penelitian berikutnya dapat dilanjutkan pada tahap aplikasi hingga evaluasi.

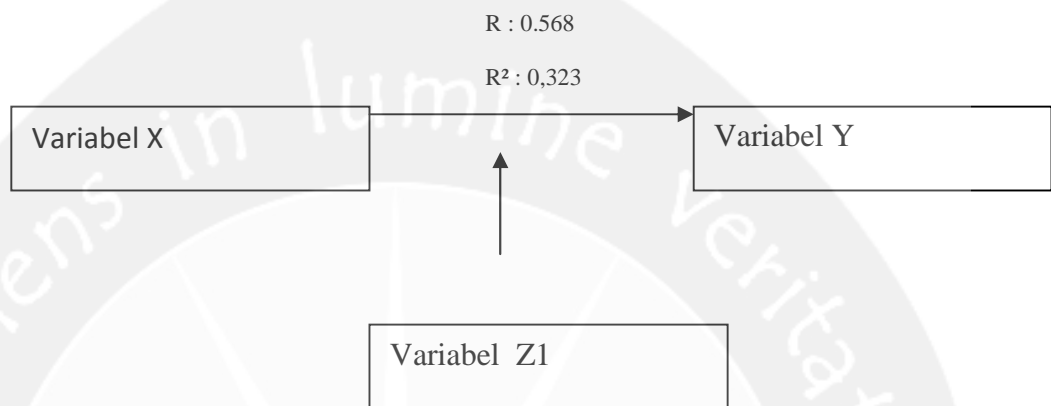
Sebesar 31.3% responden memiliki tingkat pengetahuan yang rendah dan 18.1% sangat rendah. Penerbit dan percetakan Kanisius perlu mengkaji ulang mengapa tingkat pengetahuan karyawan akan nilai baru perusahaan rendah. Perlu penelitian lebih lanjut untuk mengetahui penyebab rendahnya tingkat pengetahuan karyawan yang tidak dapat ditemukan dalam penelitian ini. dan dapat dikatakan bahwa program sosialisasi belum berhasil.

Tingkat pengetahuan terdiri dari dua indikator yaitu pengetahuan (*know*) yang diartikan sebagai mengingat suatu materi yang telah dipelajari sebelumnya dan pemahaman (*comprehension*) diartikan sebagai suatu kemampuan menjelaskan secara benar objek yang diketahui. Keberhasilan program sosialisasi yaitu berupa berubahnya tingkat pengetahuan karyawan dirasa belum berhasil secara merata 43.4% memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi dan sangat tinggi tetapi masih ada 24% karyawan yang memiliki tingkat pengetahuan yang rendah dan sangat rendah hal ini megindikasikan bahwa keberhasilan ini belum

merata atau belum semua karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang cukup setelah diadakannya program sosialisasi ini. Tingkat pemahaman (*comprehension*) merupakan tataran yang lebih tinggi dari tingkat pengetahuan (*know*) seperti halnya dalam penelitian ini, hasil yang diperoleh dari olah data bahwa tingkat pemahaman karyawan sebanyak 31.3% sangat rendah dan 24.1% rendah hal ini mengindikasikan karyawan memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi tetapi memiliki tingkat pemahaman akan nilai baru Penerbit dan Percetakan kanisius yang rendah.

Keterbatasan untuk melihat hingga pada tahap apakah sosialisasi ini berlangsung selama kurang lebih tiga tahun ini dapat terjawab pada hasil tingkat pengetahuan diatas. Tahapan sosialisasi yang terdiri dari tiga tahap (Mc Shane, 2007:262) pengenalan dengan tujuan akhir adalah pengetahuan dan pemahaman tentang program yang ditawarkan, kemudian tahap persuasi dimana dalam tahap ini sosialisasi diarahkan untuk membentuk sikap khalayak dan secara teoritis hal ini hanya akan terjadi apabila mereka sudah melewati tahap pengenalan atau mengenal perubahan yang ditawarkan, tahap terakhir dalam sosialisasi adalah tahap keputusan dimana karyawan didorong untuk menerima perubahan atau menolak perubahan yang ada.

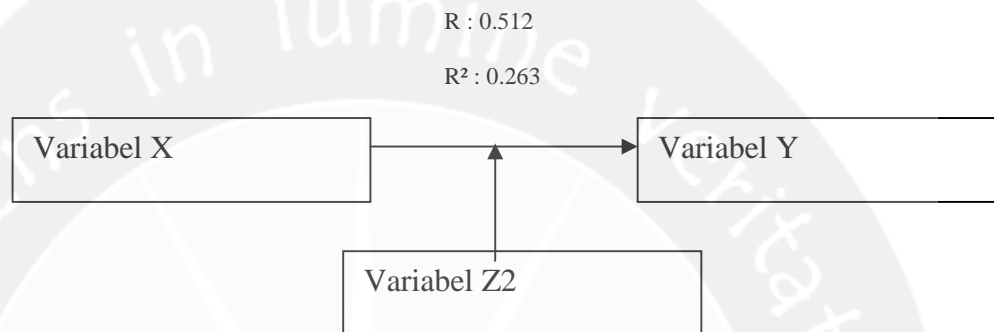
**BAGAN 2**  
**Pengaruh Tingkat Partisipasi Karyawan dalam Program Sosialisasi Terhadap Tingkat Pengetahuan tentang Nilai Baru Organisasi Jika Dikontrol oleh Tingkat Pendidikan**



Melalui uji statistik dapat ditemukan adanya peningkatan korelasi antara tingkat partisipasi dalam program sosialisasi (X) terhadap tingkat pengetahuan tentang nilai baru organisasi (Y) setelah dikontrol oleh tingkat pendidikan (Z1) korelasi tersebut sebesar  $R = 0.568$  dan termasuk dalam kategori sedang sesuai pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi. Pengaruh tingkat partisipasi dalam program sosialisasi terhadap tingkat pengetahuan nilai baru organisasi naik 6.9% (32.3% - 25.4%) menjadi sebesar 32.3% dengan perbandingan pengaruh sempurna sebesar 100% setelah dikontrol oleh tingkat pendidikan. Hasil ini cukup untuk membuktikan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh pada tingkat pengetahuan (Notoatmodjo, 2007:122). Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan mental karyawan berupa keterlibatan mental dan emosional, motivasi kontribusi dan penerimaan tanggung jawab karyawan dalam program sosialisasi mempengaruhi pengetahuan dan pemahaman

mereka tentang nilai baru yang disosialisasikan terlebih jika dikontrol oleh tingkat pendidikan.

**BAGAN 3**  
**Pengaruh Tingkat Partisipasi Karyawan dalam Program Sosialisasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Jika Dikontrol oleh Lama Bekerja**



Variabel kontrol lama bekerja (Z2) pada Penerbit dan percetakan Kanisius memiliki pengaruh pada hubungan tingkat partisipasi dalam program sosialisasi (X) dan tingkat pengetahuan nilai baru organisasi (Y) dilihat dari signifikansi sebesar 0.000 yang menandakan hasil signifikan atau kurang dari 0.05. Korelasi sebesar  $R = 0.512$  dan termasuk dalam kategori sedang menurut pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi. Dari hasil olah data diperoleh diketahui lama bekerja mempengaruhi pengaruh tingkat partisipasi terhadap tingkat pengetahuan sebesar 26.3%, tingkat pengaruh yang meningkat 0.9% dibandingkan dengan hasil regresi pengaruh tingkat partisipasi dalam program sosialisasi terhadap tingkat pengetahuan nilai baru organisasi tanpa dikontrol dengan lama bekerja sebesar 25.4% . Hasil ini lebih rendah dibandingkan tingkat pengaruh jika dikontrol tingkat pendidikan (Z1). Hal ini menunjukkan adanya pengaruh lama bekerja atau lama pengalaman

pada tingkat pengetahuan (Notoatmodjo, 2007:122). Semakin tinggi partisipasi maka semakin tinggi pula tingkat pengetahuan jika dikontrol oleh lama bekerja.

#### **D. Kesimpulan**

Terdapat kontribusi tingkat partisipasi dalam program sosialisasi terhadap tingkat pengetahuan nilai-nilai organisasi sebesar 0,504 kontribusi tersebut termasuk termasuk dalam kategori sedang. Besar pengaruhnya sebesar 25.4% nilai ini terbilang rendah dibanding pengaruh sempurna sebesar 100% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Pengaruh bernilai positif maka semakin tinggi tingkat partisipasi karyawan dalam program sosialisasi maka semakin tinggi pula tingkat pengetahuan karyawan tentang nilai baru Penerbit dan Percetakan Kanisius. Pengaruh tingkat partisipasi karyawan dalam program sosialisasi terhadap tingkat pengetahuan tentang nilai baru organisasi lebih kuat pada kelompok responden yang memiliki tingkat pendidikan lebih tinggi dengan besar pengaruh 32.3%. Pengaruh tingkat partisipasi karyawan dalam program sosialisasi terhadap tingkat pengetahuan tentang nilai baru organisasi lebih kuat pada kelompok responden yang memiliki tingkat lama bekerja lebih tinggi dengan besar 26.3%. Pengaruh lebih rendah jika dikontrol oleh variabel tingkat lama dibandingkan pengaruh jika dikontrol oleh variabel tingkat pendidikan.

## DAFTAR PUSTAKA

Davis, Keith, dan Newstrom, John, W. 1990. *Perilaku dalam Organisasi*. Jakarta : Erlangga

Davis, Keith, dan Newstrom, John, W. 1987. *Human Behavior at Work: Organizational Behavior*. USA : Mc Graw Hill

Notoatmodjo, Soekidjo. 2007. *Promosi Kesehatan dan Ilmu Perilaku*. Jakarta : Rineka Cipta

Robbins, Stephen P. 2002. *Perilaku Organisasi: Edisi Kelima*. Jakarta : Erlangga

Slamet, Y. 1994. *Pembangunan Masyarakat Berwawasan Partisipasi*. Surakarta : Sebelas Maret University Press

Tika, Moh. Pabundu. 2006. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta : Bumi Aksara