II. LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dapat dilihat gambaran hasilnya,

1. Penelitian ini dilakukan oleh Kanafi, dkk (2009) Persepsi dan Transformasi Visi dan misi pada Civitas Akademika Stain Pekalongan.

   Pada analisis ini digunakan tekhnik analisis korelasi *Product Moment,* untuk mempermudah perhitungan digunakan *software* SPSS.

   Ho: Tidak terdapat korelasi postif yang signifikan antara persepsi pada visi dan misi civitas akademika STAIN Pekalongan terhadap transformasi visi dan misi STAIN Pekalongan

   Ha: Terdapat korelasi positif yang signifikan antara persepsi visi dan misi civitas akademika STAIN Pekalongan terhadap transformasi visi dan misi STAIN Pekalongan

2. Penelitian terdahulu oleh Koesmono (2007), dengan judul Pengaruh Kepemimpinan dan Tuntutan Tugas Terhadap Komitmen Organisasi dengan Variabel Moderasi Motivasi Perawat Rumah sakit Swasta Surabaya. Hasil dari penelitian ini membuktikan:

   a. Hipotesis 1: Kepemimpinan berpengaruh positif terhadap *stress* kerja

   b. Hipotesis 2: Tuntutan tugas berpengaruh positif terhadap *stess* kerja

c. Hipotesis 3: Kepemimpinan berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi
d. Hipotesis 4: Tuntutan tugas berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi
e. Hipotesis 5: Kepusan kerja berpengaruh positif terhadap kepuasan kerja
f. Hipotesis 6: Kepuasan kerja berpengaruh positif terhadap komitmen Organisasi
g. Hipotesis 7: Motivasi mempengaruhi kuat tidaknya pengaruh *stress* kerja terhadap kepuasan kerja

3. Penelitian oleh Rahmawati (2009), dengan judul Pengaruh Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan PT Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Tulungagung. Hasil dari penelitian ini membuktikan:
   a. Secara simultan, variabel komitmen organisasi (Y) dipengaruhi oleh variabel kepuasan pada pembayaran (X1), kepuasan pada pekerjaan (X2), kepuasan pada promosi (X3), kepuasan pada penyelia (X4), dan kepuasan pada rekan kerja (X5).
   b. Secara parsial
      1. Variabel kepuasan pada pembayaran (X1) berpengaruh terhadap komitmen organisasi (Y).
      2. Variabel kepuasan pada pekerjaan (X2) berpengaruh terhadap komitmen organisasi (Y).
      3. Variabel kepuasan pada promosi (X3) berpengaruh terhadap komitmen organisasi (Y).

4. Variabel kepuasan penyelia (X4) berpengaruh terhadap komitmen organisasi (Y).
5. Variabel kepuasan pada rekan kerja (X5) berpengaruh terhadap komitmen organisasi (Y).

Pada penelitian terdahulu yang di paparkan diatas, perbedaan dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu adanya pengaruh secara simultan persepsi visi dan visi terhadap komitmen organisasional

2.2. Pengertian Persepsi Visi dan Misi

Campbell dan Yeung (dalam David, 2009) mengatakan ketika karyawan dan manajer bersama-sama untuk membentuk metode visi dan misi untuk sebuah perusahaannya, dokumen-dokumen yang dihasilkan dapat mencerminkan visi dari manajer dan karyawan tersebut tentang masa depan perusahaan yang diinginkan. Campbell dan Yeung juga mengatakan juga, visi itu adalah sebuah masa depan dari suatu peradaban dan keinginan besar dari sebuah organisasi atau negara.

Raja dan Cleland (dalam David, 2009) merekomendasikan bahwa dalam organisasi, misi yang tertulis bermanfaat sebagai:

a. Untuk memastikan kebulatan tujuan dalam organisasi
b. Untuk memberikan dasar, atau standar, untuk mengalokasikan sumber daya organisasi
c. Untuk membuat nada umum atau iklim organisasi

d. Untuk melayani sebagai titik fokus bagi individu untuk mengidentifikasi tujuan dan arah organisasi, dan untuk mencegah mereka yang tidak bisa berpartisipasi dalam melanjutkan kegiatan organisasi
e. Untuk memudahkan penerjemahan tujuan menjadi struktur kerja yang melibatkan penugasan tugas untuk elemen yang bertanggung jawab dalam organisasi
f. Untuk menentukan tujuan organisasi dan kemudian menerjemahkan tafsir tujuan kedalam sedemikian rupa sehingga parameter biaya, waktu, dan kinerja dapat dikendalikan

Menurut Thompson, et.al (2012) mengatakan proses pelaksanaan dan manajemen strategi perusahaan terdiri dari lima tahap manajerial yang saling terkait :

a. Mengembangkan visi strategis dari arah jangka panjang perusahaan, misi yang berdasarkan tujuan perusahaan, dan seperangkat nilai-nilai untuk memandu mengejar visi dan misi
b. Menetapkan tujuan dan menggunakan mereka sebagai tolak ukur untuk mengukur kinerja dan kemajuan perusahaan
c. Menyusun strategi untuk mencapai tujuan dan memindahkan perusahaan sepanjang perjalanan strategis bahwa manajemen telah memetakan
d. Mengeksekusi strategi yang dipilih secara efisien dan efektif
e. Memantau perkembangan, evaluasi kinerja, dan memulai penyesuaian korektif dalam visi dan misi perusahaan, tujuan, strategi, atau eksekusi mengingat pengalaman aktual, perubahan kondisi, ide-ide baru, dan kesempatan baru

Visi telah menjadi salah satu yang paling sering digunakan dan paling sedikit dipahami kata dalam bahasa visi kata memunculkan semua jenis gambar. Visi disusun terdiri dari dua komponen utama, ideologi inti dan masa depan yang dibayangkan. Perhatikan paralel langsung ke fundamental "melestarikan inti / mendorong kemajuan" dinamis. Mengejar visi, beberapa sarana prasarana organisasi dan strategi organisasi diciptakan melestarikan inti ideologi dan dapat mendorong menuju masa depan yang dibayangkan. Keselarasan membawa visi hidup, menerjemahkannya dari niat baik untuk realitas konkret (Collin & Poras, 1994).

Thompson, et.al (2012) mengatakan elemen kunci dari visi yang strategis meliputi;

a. Melukiskan aspirasi manajemen untuk bisnis
b. Menggambarkan masa depan
c. Mempunyai bagan alur yang strategis
d. Mempunyai ke khas-an dan spesifik untuk organisasi tertentu
e. Menghindari penggunaan bahasa generik yang membosankan dan yang bisa berlaku untuk sebagian besar perusahaan manapun
f. Menangkap emosi karyawan dan mengarahkan dalam arah yang sama
g. Apakah menantang dan sedikit di luar jangkauan langsung perusahaan

Menurut Epstein & Rogers, persepsi adalah seperangkat proses yang dengannya kita mengenali, mengorganisasikan, dan memahami serapan-serapan inderawai yang kita terima dari stimuli lingkungan (dalam Stenberg, 2008). Sedangkan,

menurut Robbins (2002) persepsi adalah, suatu proses dimana individu mengorganisasikan dan menginprestasikan kesan *sensori* mereka untuk memberi arti pada lingkungan mereka. Stimulasi lingkungan adalah, pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli inderawi (dalam Rahmat, 1996). Hubungan dengan persepsi sudah jelas. Sensasi adalah bagian persepsi, walaupun begitu, menafsirkan makna informasi inderawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi juga atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori.

David (2009) mengatakan dalam menjalankan misi yang efektif terdiri dari berbagai macam, yaitu;

a. Mempunyai ruang lingkup yang jelas
b. Menghasilkan alternatif strategi
c. Menyatukan kepentingan antara para pemangku kepentingan yang beragam
d. Harus seimbang antara spesifik & umum
e. Membangkitkan perasaan positif & emosi
f. Memotivasi pembaca untuk bertindak
g. Menghasilkan kesan yang baik dari perusahaan
h. Mencerminkan pertumbuhan di masa depan
i. Menyediakan kriteria pemilihan strategi
j. Dasar untuk menghasilkan & mengevaluasi pilihan strategis
k. Bersifat dinamis

Selain itu karakteristik misi berdasarkan beberapa hal meliputi luas lingkup, mengispirasi, mengidentifikasi kegunaan produk suatu perusahaan, dan mempunyai komponen inti (produk, servis, pasar, teknologi, pelanggan, pertumbuhan/ profit, filosofi, dan konsep diri) dalam David (2009). Analisis persepsi visi dan misi yang coba penulis usung adalah, bagaimana persepektif individu menilai dan menanggapi beberapa keadaan yang terdapat didalam organisasi tersebut, sehingga aspek psikologi patut untuk dipahami dan dipelajari dalam menganalisis persepsi visi dan misi yang terdapat pada masing-masing perusahaan. Stimulasi lingkungan merupakan salah satu dasar persepsi, lingkungan tempat salah satu dijadikannya manusia menjadi sumber daya, sehingga keterikatan lingkungan dengan SDM harus pun diteliti.

2.2.1. Ideologi Inti

Collin & Poras (1994) mengatakan bahwa visi telah menjadi salah satu bagian yang paling sering digunakan dan paling sedikit dipahami, kata dalam bahasa visi memunculkan semua jenis gambar. Visi disusun terdiri atas dua komponen utama, ideologi inti dan nilai-nilai inti. Memperhatikan pada aspek langsung yang fundamental “melestarikan inti/ mendorong kemajuan” dinamis. Sebuah visi yang baik dibangun pada interaksi antara dua kekuatan yang saling melengkapi *yin* diartikan sebagai “apa yang diperjuangkan dan mengapa ada” tidak berubah (ideologi inti), sedangkan *yang* diartikan sebagai menetapkan perubahan yang signifikan dan kemauan maju untuk mencapai (masa depan yang dibayangkan). Mengejar visi sarana untuk menciptakan keselarasan organisasi dan strategis untuk melestarikan

ideologi inti dan masa depan yang dibayangkan. Keselarasan membawa visi hidup, menerjemahkannya dari niat baik untuk realitas konkret. Ideologi inti salah satu cara organisasi dalam menghadapi disentralisasi, diversifikasi, berkembang secara global, dan bersama-sama mencapai keinginan yang disesuaikan dengan pertumbuhan, mendesentralisasi, diversifikasi, perluasan secara global, dan mencapai keragaman yang diinginkan. Selain itu didalam komponen ideologi inti terdapat tujuan inti yang merupakan, alasan mendasar organisasi untuk menjadi paling depan. Didorong untuk memilih antara tujuan inti dan nilai-nilai inti, mungkin akan memilih tujuan inti sebagai lebih penting dari dua untuk membimbing dan menginspirasi organisasi, itu juga lebih sulit untuk mengidentifikasi dari nilai-nilai inti. Membayangkan masa depan, komponen utama kedua visi kerangka terdiri dari dua bagian: sepuluh sampai tiga puluh tahun "*Big Hairy Audacious Goal* " dan deskripsi yang jelas akan mempermudah pencapaian organisasi mencapai BHAG tersebut. Kami memilih frase “membayangkan masa depan” mengakui bahwa mengandung paradoks. Disatu sisi, menutupi rasa yang kongkret, sesuatu yang hidup, dapat dilihat, disentuh, dan dapat dirasakan. Bisa diurutkan dalam menggambarkan waktu namun belum direalisasikan amtara mimpi, harapan, dan aspirasi.

2.2.2. Nilai-nilai Inti

Collin & Poras (1994) mengatakan bahwa nilai-nilai inti organisasi penting dan abadi tidak memerlukan pembenaran eksternal, mereka memiliki nilai intrinsik dan penting bagi mereka dalam organisasi. Nilai-nilai inti

perusahaan Disney, salah satu perusahaan yang bergerak dalam imajinasi, dan beberapa kebijakan disesuaikan dengan kebutuhan pasar, tetapi bisa dilakukan melalui keyakinan batin, imajinasi, dan beberapa kebijakan perusahaan untuk kepentingan kebutuhan perusahaan. Titik kunci dalam nilai inti adalah bahwa perusahaan besar yang abadi memutuskan untuk menilai sendiri nilai inti yang tertanam dalam perusahaan, sebagian besar organisasi maupun perusahaan tergantung pada lingkungan pada saat persyaratan yang kompetitif, atau mode manejemen yang berlaku. Mengidentifikasi nilai-nilai inti dari organisasi, mendorong dengan tanpa henti.

2.3. Pengertian Komitmen Organisasional

Komitmen menurut Allen dan Meyer (1991) dikonseptualisasikan kedalam tiga komponen antara lain komitmen afektif, komitmen kontinuans, dan komitmen normatif. Secara umum ketiga, komponen ini melihat komitmen sebagai suatu keadaan psikologis, yang mengkarakteristikkan hubungan karyawan dengan organisasi dan implikasi dari keputusan karyawan untuk tetap tinggal atau meninggalkan organisasi.

a. Komitmen afektif mengacu pada keterikatan emosional karyawan dan keterlibatan dalam organisasi. Karyawan dengan komitmen afektif yang tinggi, akan tetap melanjutkan pekerjaan dan memutuskan untuk tinggal di organisasi, karena karyawan tersebut memang ingin melakukannya.
b. Komitmen kontinuan mengacu pada kesadaran akan adanya manfaat yang dirasa hilang jika meninggalkan organisasi. Karyawan yang tujuan

utamanya berada di organisasi berdasarkan komitmen kontinuan, maka karyawan tersebut merasa butuh dan perlu untuk tetap tinggal di organisasi.

c. Komitmen normatif mengacu pada perasaan yang berkaitan dengan kewajiban dan tanggung jawab untuk tetap bekerja di organisasi, karyawan dengan komitmen normatif tinggi akan merasa mereka harus tetap bersama organisasi. Selama beberapa dekade terakhir para peneliti banyak meneliti mengenai komitmen organisasional dan hubungannya dengan karakteristik situasional, sikap dan perilaku dari para karyawan (Bateman & Strasser, 1984).

Batemen dan Strasser (1984) mengatakan, Komitmen organisasional selalu mendapat perhatian yang sangat penting dalam studi keperilakuan organisasional. Seperti kebanyakan konstruk dalam psikologi organisasional lainnya, komitmen telah banyak dikonseptualisasikan dan diukur dalam berbagai cara (dalam Allen & Meyer, 1990).

2.3.1. Faktor yang mempengaruhi Komitmen Organisasi

Studi yang dilakukan oleh Angle dan Perry dalam Aryani (2008) menunjukkan bahwa salah satu prediktor terhadap komitmen adalah masa kerja seseorang. Hal ini dijelaskan sebagai berikut:

a. Semakin lama seseorang bekerja pada suatu perusahaan, akan semakin

memberi ia peluang untuk menerima tugas-tugas yang lebih menantang, otonomi yang lebih besar, keleluasaan bekerja, tingkat imbalan ekstrinsik yang lebih tinggi, dan peluang menduduki jabatan yang lebih tinggi.

b. Semakin lama seseorang bekerja pada suatu perusahaan, peluang investasi pribadi (pikiran, tenaga, dan waktu) untuk organisasi semakin besar. Maka semakin sulit untuk meninggalkan pekerjaan tersebut.
c. Keterlibatan sosial individu dalam organisasi dan masyarakat di lingkungan organisasi tersebut semakin besar, memungkinkan memberi akses yang lebih baik dalam membangun hubungan-hubungan sosial, yang menyebabkan individu segan untuk meninggalkan organisasi tersebut.
d. Mobilitas individu berkurang karena lama berada pada suatu organisasi, yang berakibat kesempatan untuk mendapatkan pekerjaan lain semakin sempit.

Menurut Mowday, Porter dan Streers (1982) dalam Anik dan Arifuddin (2003), mengemukakan komitmen organisasi, terbangun bila tiap individu mengembangkan tiga sikap yang saling berhubungan terhadap organisasi atau profesi yaitu:

1. *Identification*, yaitu pemahaman atau penghayatan dari satu tujuan organisasi.
2. *Involment*, yaitu perasaan terlibat dalam suatu pekerjaan atau perasaan bahwa pekerjaannya adalah menyenangkan.
3. *Loyality*, yaitu perasaan bahwa organisasi adalah tempat bekerja dan tempat tinggal.

Komitmen menurut Allen dan Meyer (1991) dikonseptualisasikan kedalam tiga komponen antara lain komitmen afektif, komitmen kontinuan, dan komitmen normatif. Secara umum ketiga komponen ini melihat komitmen sebagai suatu keadaan psikologis, yang mengkarakteristikkan hubungan karyawan dengan organisasi dan implikasi dari keputusan karyawan untuk tetap tinggal atau meninggalkan organisasi. Secara psikologis, komitmen afektif mengacu pada keterikatan emosional karyawan dan keterlibatan dalam organisasi. Karyawan dengan komitmen afektif yang tinggi, akan tetap melanjutkan pekerjaan dan memutuskan untuk tinggal di organisasi, karena karyawan tersebut memang ingin melakukannya.

Komitmen kontinuan mengacu pada kesadaran akan adanya manfaat yang dirasa hilang jika meninggalkan organisasi. Karyawan yang tujuan utamanya berada di organisasi berdasarkan komitmen kontinuans, maka karyawan tersebut merasa butuh dan perlu untuk tetap tinggal di organisasi. Komitmen normatif mengacu pada perasaan yang berkaitan dengan kewajiban dan tanggung jawab untuk tetap bekerja di organisasi, karyawan dengan komitmen normatif tinggi akan merasa mereka harus tetap bersama organisasi.

2.3.2. Komitmen Afektif

Buchanan (1974) menyatakan bahwa, komitmen afektif didefinisikan sebagai keikut sertaan suatu individu terhadap tujuan dan nilai

perusahaan berdasarkan pada ikatan psikologis antara individu dan perusahaan tersebut. Anteseden komitmen afektif antara lain nilai-nilai yang berhubungan dengan karakteristik personal, karakteristik struktural, karakteristik pekerjaan, dan pengalaman kerja (Mowday et al., 1982, dalam Allen & Meyer, 1991) antara lain;

1. Karakteristik personal terkait dengan usia, masa jabatan, jenis kelamin dan pendidikan yang berhubungan dengan komitmen seseorang. Tetapi hubungan ini banyak ditemukan tidak kuat dan tidak konsisten, serta tidak dapat ditafsirkan secara tegas (Salancik, 1977 dalam Allen & Meyer, 1991). Mottaz (1988), dalam Allen & Meyer (1991), menyatakan bahwa, hubungan antara karakteristik personal dengan komitmen ini merupakan hubungan yang tidak langsung, dan bisa hilang ketika *reward* dan *value* pekerjaan dikendalikan.
2. Karakteristik struktural, terkait dengan hubungan antara karakteristik struktural dan komitmen afektif, penemuan menunjukkan adanya hubungan antara komitmen afektif dengan desentralisasi pengambilan keputusan (Brooke, Russell, & Price, 1988; Morris & Steers, 1980 dalam Allen & Meyer, 1991), dan formalisasi dari pengambilan kebijakan dan prosedur organisasi (Morris & Steers, 1980; O'Driscoll, 1987 dalam Allen & Meyer, 1991). Unit analisis yang digunakan dalam penelitian adalah *level* individu dan ditemukan bahwa karakteristik struktural ini mempengaruhi komitmen secara tidak langsung, dan di mediasi

oleh faktor seperti hubungan antara karyawan dengan supervisor, kejelasan peran karyawan di organisasi, dan 19 kepentingan pribadi karyawan tersebut (Podsakoff et al., 1986; Allen & Meyer, 1991).

3. Terkait dengan pengalaman kerja dan komitmen afektif, jika dikaitkan dengan teori motivasi Herzberg (1966), maka pengalaman kerja ini memberikan dua pengaruh antara lain, karyawan yang merasa puas akan merasa nyaman untuk tetapi tinggal di organisasi baik secara fisik maupun secara psikologi, dan hal ini akan berkontribusi pada perasaan karyawan dalam menjalankan peran pekerjaannya (Allen & Meyer, 1990; Allen & Meyer, 1991).

2.3.3. Komitmen Kontinuan

Komitmen kontinuans berkaitan dengan semua manfaat yang dirasakan hilang oleh karyawan jika meninggalkan organisasi dan tidak ada lagi manfaat yang diterima karyawan dari organisasi pada saat memutuskan keluar dari organisasi. Sehingga semua peningkatan biaya yang dirasakan oleh karyawan dapat menjadi anteseden dari komitmen kontinuans ini. Anteseden yang sering digunakan dalam melihat hal ini antara lain, pertaruhan (*side bets*), investasi dan ketersediaan alternatif (Allen & Meyer, 1991). Pertaruhan (*side bets*) dapat ditemukan dalam bentuk yang beraneka ragam dan dapat terkait dengan pekerjaan atau tidak terkait dengan pekerjaan, seperti membuang waktu dalam pekerjaan, waktu dan usaha yang dihabiskan tanpa adanya transfer pengetahuan dengan

karyawan lain, kehilangan manfaat menarik yang selama ini didapat dari organisasi, melepaskan hak istimewa karena waktu bekerja yang lama di organisasi, yang dapat dianggap sebagai potensi biaya jika meninggalkan organisasi. Investasi dan ketersediaan alternatif memiliki hubungan yang berlawanan dengan komitmen organisasional (Rusbult & Farrel, 1983 dalam Allen & Meyer, 1991). Hal ini terlihat dari hasil penelitian yang banyak dilakukan, yang mana diteliti bahwa komitmen terhadap pekerjaan akan meningkat sebesar investasi yang diterima karyawan di organisasi, dan akan menurun ketika tidak ada alternatif lain yang menarik yang dapat dipilih karyawan.

2.3.4. Komitmen Normatif

Hampir semua literatur mengenai komitmen normatif dibahas secara teori bukan secara empiris (Wiener, 1982 ; Allen & Meyer, 1991). Lebih lanjut Wiener (1982) menyatakan bahwa, perasaan kewajiban untuk tetap tinggal di organisasi berasal dari tekanan normatif dan perasaan bertanggung jawab untuk membalas semua yang telah diberikan oleh organisasi. Komitmen dapat terus meningkat terlebih ketika organisasi menyediakan *reward* pada karyawannya. Lebih lanjut, pengakuan terhadap investasi tersebut akan menciptakan ketidakseimbangan antara karyawan dan organisasi, sehingga karyawan merasa berkewajiban untuk membalas apa yang telah

diberikan organisasi sampai mereka merasa tidak ada hutang lagi terhadap organisasi. (Allen & Meyer, 1990).

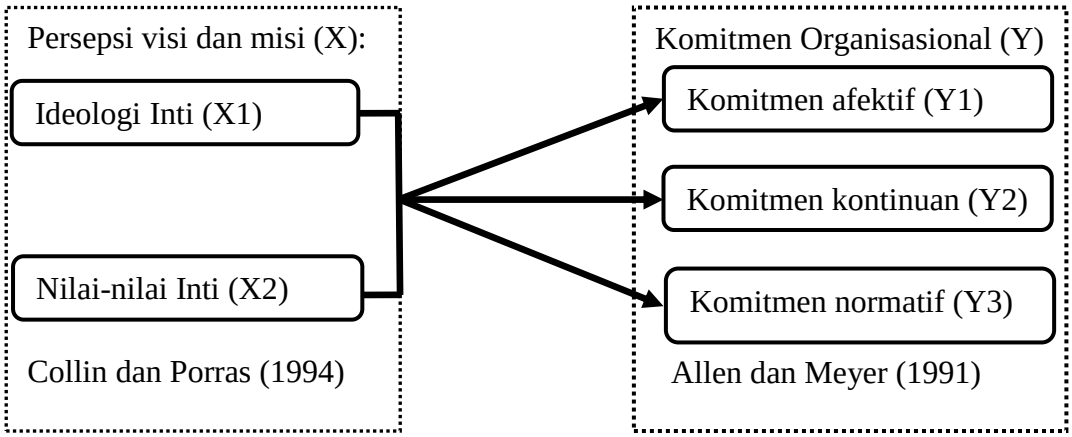
2.4 Kerangka Pemikiran

Mendefinisikan indikator penilaian tidak secara konseptual pemikiran, melainkan pendapat para ahli yang telah teruji dan kompeten pada bidangnya.

1. Indikator persepsi visi dan misi menurut Collin dan Porras (1994)
    a. Ideologi inti
    b. Nilai-nilai inti
2. Indikator komitmen organisasional menurut Allen dan Mayer (1991)
    a. Komitmen afektif
    b. Komitmen kontinuan
    c. Komitmen normatif

Mengetahui dari apa yang telah disampaikan di atas, maka disusun perkiraan kerangka teoritis yang disajikan dalam bentuk skema dibawah ini.

Gambar. 3 Kerangka pemikiran



2.5 Hipotesis

Menurut Nazir (2005), hipotesis adalah pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, saat dimulainya fenomena dikenal dan merupakan standar kerja serta panduan dalam verifikasi. Melihat kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang dirumuskan, sebagai berikut;

Ha_1 Persepsi visi dan misi (ideologi inti dan nilai-nilai inti) berpengaruh terhadap komitmen afektif pada perusahaan media di Lampung

Ha_2 Persepsi visi dan misi (ideologi inti dan nilai-nilai inti) berpengaruh terhadap komitmen kontinuan pada perusahaan media di Lampung

Ha_3 Persepsi visi dan misi (ideologi inti dan nilai-nilai inti) berpengaruh terhadap komitmen normatif pada perusahaan media di Lampung