

**INTERNALISASI BUDAYA JAWA DALAM BUDAYA ORGANISASI HOTEL
ROYAL AMBARRUKMO YOGYAKARTA TAHUN 2017-2018**

NASKAH PUBLIKASI

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana Strata 1
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Resma Adella Shanty

20150530272

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

2019

HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI

Naskah Publikasi dengan judul :

**Internalisasi Budaya Jawa Dalam Budaya Organisasi Hotel Royal
Ambarrukmo Yogyakarta Tahun 2017-2018**

Oleh :

Resma Adella Shanty

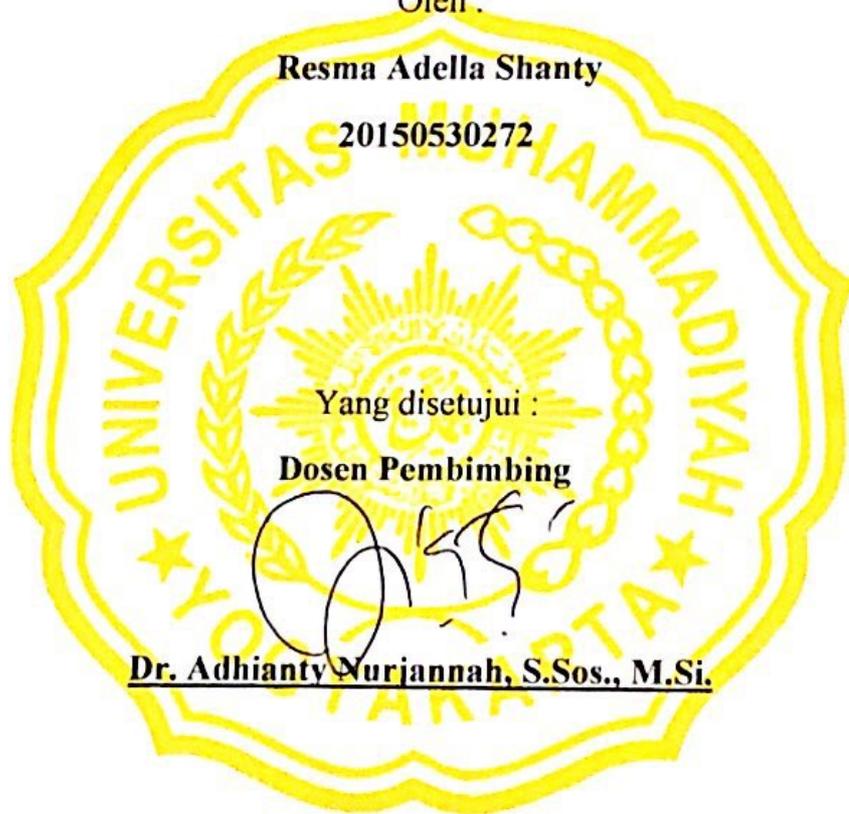
20150530272

Yang disetujui :

Dosen Pembimbing



Dr. Adhianty Nurjannah, S.Sos., M.Si.



Concentration Public Relations

Resma Adella Shanty

20150530272

The Internalization Of Javanese Culture In The Organizational Culture Of The Royal Ambarrukmo Hotel In Yogyakarta on 2017-2018

Thesis year : 2019 + 97 pages + 19 pictures + 3 Table + 1 Graphic

Bibliography: 14 Books + 10 Journals + 3 other sources

Organizational culture is an important factor that can be a determinant of the success of an organization. This study discusses the internalization of Javanese culture in the core values of organizational culture carried out by the Royal Ambarrukmo Yogyakarta hotel.

The purpose of this study is to analyze and study how Javanese culture is used and used as a foundation in the core values of the culture of corporate organizations conducted by the Royal Ambarrukmo Yogyakarta hotel. The research method used in this research is descriptive qualitative by collecting data through in-depth interviews, observation and documentation. Data validity test uses source triangulation which means comparing and checking back the level of information confidence obtained through different time and tools in qualitative research.

The results showed that there are five core organizational culture values adopted by the Royal Ambarrukmo Yogyakarta hotel, which are reliable which uses Javanese culture values of *unggah-ungguh*, *ethok-ethok*, *wedi* and *isin*. Then organized using Javanese cultural values, *alon-alon waton klakon*. Then the youthful people who use Javanese culture for *kebo nusu gudel*. Then able who uses traditional Javanese dance, and loyal who do not have Javanese cultural values in it. Internalization of Javanese culture in the Royal Ambarrukmo hotel is good enough, although the internalization of Javanese culture is still not optimal. That is because one of the core values of the organizational culture that is embraced does not have elements of Javanese cultural values in it. Then do not have clear benchmarks related to the application of Javanese culture in organizational culture that is implemented. And the socialization related to organizational culture that is carried out can still be further maximized. But as a hotel that strives to be a hotel based on the preservation of the culture of the Royal Ambarrukmo Yogyakarta hotel, it is quite successful.

Keywords: Organizational Culture, Javanese Culture, Internalization

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Resma Adella Shanty

20150530272

Internalisasi Budaya Jawa Dalam Budaya Organisasi Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta Tahun 2017-2018

Tahun skripsi : 2019 + 97 hal + 19 Gambar + 3 Tabel + 1 Grafik

Daftar Pustaka : 14 Buku + 10 Jurnal + 3 sumber lain

Budaya organisasi merupakan suatu faktor penting yang dapat menjadi penentu keberhasilan suatu organisasi. Penelitian ini membahas mengenai internalisasi budaya Jawa dalam nilai-nilai inti budaya organisasi yang dijalankan oleh hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis dan mengkaji bagaimana budaya Jawa digunakan dan dijadikan landasan dalam nilai-nilai inti budaya organisasi perusahaan yang dijalankan hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deksriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima nilai inti budaya organisasi yang dianut hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta yaitu *reliable* yang menggunakan nilai budaya Jawa *unggah-ungguh, ethok-ethok, wedi dan isin*. Kemudian *organized* yang menggunakan nilai budaya Jawa *alon-alon waton klakon*. Lalu *youthful* yang menggunakan nilai budaya Jawa *kebo nusu gudel* sebagai salah satu nilai inti budaya organisasi yang paling dominan. Lalu *able* yang menggunakan tarian khas adat Jawa, dan *loyal* yang tidak memiliki nilai-nilai budaya Jawa didalamnya dan nilai yang paling lemah. Internalisasi budaya Jawa dalam hotel Royal Ambarrukmo sudah cukup baik, meskipun penginternalisasian budaya Jawa tersebut masih kurang maksimal. Hal tersebut dikarenakan salah satu nilai inti budaya organisasi yang dianut tersebut tidak

memiliki unsur nilai-nilai budaya Jawa didalamnya. Kemudian belum memiliki tolak ukur yang jelas terkait penerapan budaya Jawa dalam budaya organisasi yang dijalankan. Dan sosialisasi terkait budaya organisais yang dijalankan masih bisa lebih dimaksimalkan lagi. Namun sebagai hotel yang berusaha menjadi hotel yang berbasis pelestarian budaya hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta sudah cukup berhasil.

Kata Kunci : Budaya Organisasi, Budaya Jawa, Internalisasi

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Communication Studies

Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta merupakan salah satu hotel bintang lima yang ada di Yogyakarta dan juga merupakan cagar budaya yang menawarkan kemewahan tradisi budaya Jawa dan dipadukan dengan kualitas standar internasional. Peneliti tertarik untuk menjadikan hotel Royal Ambarrukmo sebagai objek penelitian karena hotel ini termasuk hotel yang performanya terus mengalami peningkatan dapat dilihat dari prestasi-prestasi yang telah diraihny.

Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta merupakan hotel yang mempresentasikan dirinya sebagai hotel berbasis budaya dan juga telah mendapat apresiasi dan pengakuan internasional sebagai satu-satunya hotel berbasis pelestarian budaya dan sebagai perusahaan dengan standar yang tinggi dalam mengedepankan nilai-nilai luhur korporasi, penerapan etika kerja unggul serta komitmen dalam menjadikan Indonesia lebih baik. Royal Ambarrukmo Yogyakarta menjadi satu-satunya hotel yang mendapatkan kehormatan menerima apresiasi dari MVB, karena konsistensinya dalam menjadikan budaya sebagai basis dalam pelayanan termasuk budaya organisasi yang dijalankannya, aktivitas bisnis

sehari-hari hingga menggerakkan komunitas untuk melestarikan budayanya. Hotel Royal Ambarrukmo merupakan hotel yang menerapkan kearifan lokal dan menjadikan budaya sebagai karakter perusahaan (budaya organisasi) yang dijalankan, juga kekuatan untuk terus bertumbuh berdayaguna sebagai satu-satunya perusahaan yang mendapat apresiasi dalam sisi pelestarian budaya yang berkesinambungan (jogja.tribunnews.com, diakses pada 4 Maret 2019, Pukul 16.00) dibandingkan dengan hotel-hotel bintang lima lain yang ada di Yogyakarta seperti Jambuluwak Malioboro Hotel, Hotel Tentrem, Eastparc Hotel, Lafayette Boutique Hotel, Melia Purosani Hotel, Hyatt Regency serta Grand Aston Hotel. Dalam budaya organisasi hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta budaya Jawa yang diambil memang lebih terlihat dalam perilaku dan sikap oleh karenanya adat Jawa yang khas yang paling dirasakan oleh para tamu ialah dari cara para karyawannya memperlakukan dan berinteraksi dengan para tamu. hal ini juga diungkapkan oleh Manager *Marketing Communication* Royal Ambarrukmo dalam wawancara pra penelitian yang telah dilakukan peneliti.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah : Bagaimana Internalisasi Budaya Jawa Dalam Budaya Organisasi Hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta Tahun 2017-2018.

Kajian Pustaka

1. Budaya Jawa

Berbicara mengenai budaya Jawa sesungguhnya dapat diibaratkan seperti berbicara tentang “budaya belantara” yang luas dan kompleks. Hal itu disebabkan oleh sejarah perjalanan hidup masyarakat Jawa yang amat panjang dengan berbagai sistem budaya yang turut melingkupinya. Oleh sebab itu jika berbicara mengenai budaya Jawa tidak dapat terlepas dari peradaban budaya yang lebih luas, yakni budaya di Indonesia. Budaya sendiri bersifat abstrak sehingga sulit didefinisikan. Setiap orang mungkin memiliki pemahaman dan definisi yang berbeda tentang budaya oleh karenanya terdapat banyak definisi mengenai budaya.

Masyarakat Jawa memiliki karakteristik budaya yang khas sesuai dengan karakteristik masyarakatnya. Pada garis besarnya, budaya Jawa dapat dibedakan menjadi dua bagian yakni budaya lahir dan budaya batin. Budaya lahir terkait dengan kedudukan seseorang sebagai makhluk individu dan makhluk sosial (Prabowo, 2003 : 24). Dalam hal itu, budaya Jawa memiliki kaidah-kaidah yang dapat dengan mudah diidentifikasi berdasarkan ungkapan-ungkapan budaya sebagai pengjawatahan nilai-nilai budaya yang didukung oleh masyarakat. Dalam menciptakan hubungan sosial yang harmoni dalam budaya Jawa memiliki kaidah-kaidah normatif yang perlu dijalankan oleh masyarakatnya. Dalam kaitan ini, terdapat beberapa norma sosial yang merupakan kendali perilaku sosial, berikut nilai-nilai dalam budaya Jawa :

a. Nilai-Nilai Dalam Budaya Jawa

1) *Unggah-ungguh dan ethok-ethok*

Orang Jawa perlu menekankan sikap hidup saling menghargai dengan dilandasi sikap *andhap asor* ‘rendah hati’ (Prabowo, 2003 : 25). Sikap hirmat tersebut sebagai salah satu sifat hormat sebagai salah satu inti dari etika dalam budaya Jawa. Salah satu bentuk nilai yang terdapat dalam budaya Jawa yang mengajarkan mengenai etika adalah *unggah-ungguh*, terdapat dua kaidah pokok yang terkandung di dalam *unggah-ungguh*. Dua kaidah itu adalah pertama, cara bertutur atau berbahasa dan kedua adalah tingkah laku dalam masyarakat. Menurut Frans Magnis Suseno, dalam bersosialisasi etika Jawa menanamkan dua kaidah, pertama disebut prinsip kerukunan dan yang kedua disebut prinsip hormat. Lalu ada sikap *ethok-ethok* yang berarti pura-pura nampaknya sangat berharga demi menutup aib, dengan harapan keselarasan dan menghindari terjadinya konflik. Kaidah kedua disebut prinsip hormat. Prinsip ini memainkan peran penting dalam hal pola interaksi dalam masyarakat Jawa.

2) *wedi dan isin*

Sifat *wedi* yang berarti takut dan *isin* yang berarti malu merupakan satu kesatuan sifat yang harus dimiliki oleh orang Jawa dalam menghadapi kepada orang lain. Pandangan hidup manusia Jawa itu tetap diperankan dalam

kerangka keyakinan religius, yakni percaya kepada keadilan tuhan. Sikap *wedi* merupakan salah satu nilai dalam budaya Jawa yang harus dimiliki dalam kehidupan sehari-hari agar selalu merasa lebih takut kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga takut untuk melakukan sikap tercela.

3) *Alon-alon waton klakon*

Terkait dalam permasalahan dalam dunia kerja banyak digunakan nilai budaya Jawa yaitu *alon-alon waton klakon*. Kalau diterjemahkan secara harfiah, sepintas bermakna kelambanan. Asal tercapai. Meski kerja secara pelan-pelan. Padahal, yang dimaksudkan sebetulnya adalah jika melakukan pekerjaan, bekerjalah dengan sungguh-sungguh, konsentrasi dan hati-hati, jangan asal selesai saja (Poerwopoespito, 2010 : 2015).

4) *Kebo nusu gudel*

Kebo nusu gudel sendiri jika diperdalam memiliki makna bahwa masyarakat Jawa sadar betul zaman semakin berkembang. Dalam menghadapi perubahan tersebut, orang Jawa tidak malu untuk belajar kepada yang lebih muda maupun putra-putrinya agar dapat mengikuti perubahan zaman. *Kebo nusu gudel* juga bermakna berpikir divergent, dimana kita boleh berpikir menyimpang, berpencar, berbeda dan berlainan. Model berpikir ini justru menjadi penyebab munculnya kreativitas dalam kehidupan. Kebenaran,

kejujuran optimisme sering justru muncul dari generasi muda/anak-anak kita dibanding dengan orang dewasa (Muslich, 2018 : 74).

2. Komunikasi Organisasi

a. Konsep Komunikasi Organisasi

S. Djuarsa dalam bukunya “Teori komunikasi” juga membahas bahwa komunikasi organisasi adalah komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi. Oleh karena itu, ketika organisasi dianggap sekedar sekumpulan orang yang berinteraksi, maka komunikasi organisasi akan berpusat pada simbol-simbol yang akan memungkinkan kehidupan suatu organisasi, baik berupa kata-kata atau gagasan-gagasan yang mendorong, mengesahkan mengkoordinasikan dan mewujudkan aktivitas yang terorganisir dalam situasi-situasi tertentu. Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang berfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang di pergunakan, media apa yang di pakai, bagaimana prosesnya, faktor – faktor apa yang menjadi penghambat, dan sebagainya.

b. Tujuan Komunikasi Organisasi

Komunikasi fungsinya sangat penting dalam internal perusahaan. Karena itu, menurut Harold Koontz dalam Ruliana Poppy (2014 : 32) bahwa komunikasi menyatukan fungsi-fungsi manajerial, dan komunikasi diperlukan untuk menentukan dan menyebarkan tujuan perusahaan, mengembangkan rencana guna pencapaiannya, mengatur sumber daya manusia dan sumber daya-sumber daya lainnya dengan cara yang seefektif dan seefisien mungkin, dan memilih, mengembangkan dan menilai anggota-anggota organisasi.

c. Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Liliweri dalam Ruliana Poppy (2014 : 35-35) terdapat dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus. Fungsi umum yaitu komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya. Contoh : deksripsi pekerjaan (*job desk*). Fungsi khusus yaitu membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu dibawah sebuah komando atau perintah.

d. Gaya Komunikasi dalam Organisasi

Gaya komunikasi didefinisikan oleh Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Poppy Rulliana (2014, 39-40) sebagai perangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai guna memperoleh respons atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula.

3. Budaya Organisasi

a. Pengertian Budaya Organisasi

Trujilo dan Pacanowsky dalam Morison (2009 : 101) mengemukakan sebuah teori bahwa budaya bukanlah sesuatu yang dimiliki suatu organisasi, budaya adalah sesuatu yang merupakan organisasi itu sendiri. Setiap organisasi memiliki cirinya sendiri dalam hal jangkauan dan ukuran yang dimilikinya, dan tiap organisasi memiliki sejumlah tindakan yang unik atau khas dalam organisasi tersebut. Esensi kehidupan organisasi dapat ditemukan pada budaya yang dimiliki suatu organisasi. Namun kata “budaya” disini tidak berpacu pada hal-hal seperti suku, etnis, atau latar belakang budaya seseorang, namun budaya yang dimaksud adalah cara hidup dalam organisasi.

b. Fungsi Budaya Organisasi

Dikutip dalam Pabundu Tika (2006 : 14), dalam bukunya yang berjudul *Konsep Budaya Perusahaan* menyatakan fungsi budaya organisasi sebagai berperan dalam pelaksanaan tugas bidang Sumber Daya Manusia (SDM) dan merupakan acuan dalam menyusun perencanaan perusahaan meliputi

pemasaran, segmentasi pasar, penentuan positioning perusahaan yang akan dikuasai.

c. Bentuk Budaya Organisasi

Menurut John P. Kotter dan James L.Haskett (1988) dalam bundu Tika (2006 : 17) memaparkan tentang tiga jenis budaya organisasi, yaitu : Budaya yang kuat dalam mencapai visi, misi dan tujuan organisasi, budaya yang secara strategis cocok digunakan untuk mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan, budaya organisasi yang adaptif terhadap perubahan baik yang terjadi didalam ataupun diluar organisasi.

d. Tingkatan Budaya Organisasi

Menurut Schein dalam Pabundu Tika (2006:22) tingkatan budaya organisasi terbagi menjadi tiga tingkatan level yang saling tergantung yang memberi gambaran bagaimana budaya bekerja dalam suatu organisasi, diantaranya: Artifak, nilai-nilai, asumsi dasar

e. Pola Komunikasi Dalam Komunikasi

Dalam Pabundu Tika (2006 :12) menurut Pancawosky dan Trujillo (1983) berpendapat bahwa secara spesifik kinerja budaya atau kinerja komunikasi dapat tercermin dalam lima pola kinerja komunikasi, sebagai berikut: *Ritual* yang dimaksud disini ialah merupakan sesuatu yang dilakukan secara berulang-ulang secara teratur (rutin) sehingga dapat dikenali dengan baik. *Passion* adalah seseorang atau karyawan suatu organisasi/perusahaan

akan selalu mengulang-ngulang cerita dramatis atau segala sesuatu yang selalu dikerjakannya atau dilakukan oleh orang lain yang diidolakan. Sosial merupakan berbagai bentuk kesopanan, basa-basi penghormatan yang dilakukan dengan maksud untuk mendorong dan meningkatkan kerja sama diantara anggota organisasi. *Organizational politics* merupakan pola komunikasi yang menciptakan danmempekuat gagasan mengenai kekuasaan dan pengaruh dalam suatu organisasi yang mencakup perilaku untuk menunjukkan kekuatan pribadi, memperkuat hubungan atau persekutuan dan tawar menawar kekuasaan. Enkulturası merupakan proses belajar budaya dari para anggota organisasi, di antaranya melalui perjalanan karier, orientasinya karyawan baru, dan lain-lain.

4. Internalisasi Budaya

Internaliasi secara umum dalam buku Hutomo menyebutkan internalisasi adalah proses penerimaan definisi situasi yang disampaikan orang lain tentang dunia institusional yang maksudnya adalah dengan diterimanya definisi-definisi tersebut, individupun bukan hanya mampu memahamai definisi orang lain, tetapi lebih dari itu, turut mengkontstruksi definisi bersama (Hutomo, 2019 : 17). Internalisasi juga merupakan sebah proses yang dialami manusia untuk “mengambil alih” dunia yang sedang dihuni sesamanya. Internalisasi berlangsung seumur hidup melibatkan sosialisasi, baik primer maupun sekunder.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deksriptif kualitatif. Dalam penelitian ini menghasilkan data deksriptif yaitu ucapan atau tulisan yang dapat diamati dari orang-orang itu sendiri. Dalam penelitian ini peneliti tidak mencari hubungan dan tidak mengkaji hipotesa ataupun membuat prediksi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Uji validitas data menggunakan triangulasi sumber yaitu untuk menguji keabsahan data dilakukan dengan cara mengecek data yang diperoleh melalui beberapa sumber.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian yang sudah dipaparkan dalam sajian data merupakan hasil dari wawancara mendalam dan studi dokumentasi dan sumber internet. Dalam pembahasan ini terdapat beberapa bagian yang membahas satu persatu mengenai budaya organisais yang dijalankan hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta, diantaranya :

a. **Reliable.** Dalam nilai budaya organisasi yang *reliable* ini maksudnya ialah para karyawan dan semua jajaran yang ada dalam hotel Royal Ambarrukmo harus dapat diandalkan. Dapat diandalkan terutama dalam memperoleh kepercayaan dari para costumer dan menjadi tim yang berintegritas tinggi, untuk mewujudkannya RAY menggunakan nilai-nilai budaya Jawa. Filosofi budaya Jawa yang digunakan ialah *unggah-ungguh*, penerapan filosofi budaya Jawa *unggah-ungguh* ini sudah sangat baik hal ini dapat dilihat dari bagaimana tata krama dan sopan santun para karyawannya dalam berperilaku kepada setiap tamu yang datang ke hotel RAY, yang disapa menggunakan keramahan khas orang Jawa. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan para karyawan yang ada dalam hotel RAY menjunjung tinggi kejujuran dalam pekerjaannya untuk memperoleh kepercayaan para costumer, hal ini sesuai dengan nilai budaya Jawa yang dijadikan pedoman oleh hotel RAY yaitu *wedi*. Para karyawan memiliki rasa takut lebih besar kepada Tuhan Yang Maha Esa sehingga mereka takut untuk tidak bersikap jujur dalam pekerjaan.

Kemudian dalam etika kesopanan tentu saja pakaian yang dikenakan menjadi salah satu hal yang juga harus diperhatikan. Pakaian para karyawan dalam hotel RAY menggunakan pakaian yang mengandung unsur budaya Jawa yang rapi dan sopan, hal ini juga sesuai dengan nilai budaya Jawa yang digunakan yaitu *isin*. *Isin* yang dimaksud dalam hal ini menurut hotel RAY ialah malu jika berpakaian tidak sopan dan rapi, dan untuk memaksimalkan penggunaan nilai-nilai budaya Jawa

dalam hotel mereka maka pakaian para karyawannya pun menggunakan unsur-unsur budaya Jawa yaitu kain batik dan baju-baju tradisional kebudayaan Jawa.

b. *Organized.* Pada prakteknya nilai *organized* di hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta (RAY) saat ini sudah berjalan dengan cukup baik. Penginternalisasian Nilai budaya Jawa *alon-alon waton klakon* yang digunakan dalam nilai budaya organisasi ini dapat dikatakan telah berhasil diterapkan dengan baik. Hal ini dapat terlihat dari upaya pihak RAY untuk membangun dan menanamkan nilai ini kepada para karyawannya dengan mengadakan event-event yang tanggung jawabnya secara penuh diberikan kepada para karyawan untuk mengatur jalannya dan keberhasilan event tersebut. Even-event yang diadakan dalam hotel Royal Ambarrukmo pun merupakan event yang mengusung konsep budaya, sehingga juga memperkuat pernyataan bahwa dirinya merupakan hotel yang berbasis pelestarian budaya Jawa. Peneliti juga berpendapat dengan diberikan tanggung jawab kepada para karyawan untuk menjalankan tugas tersebut maka para karyawan akan merasa dihargai dan berpartisipasi dalam keberhasilan organisasi.

a. *Youthful.* Nilai budaya organisasi *youthful* merupakan faktor yang penting untuk dimiliki semua elemen dalam perusahaan untuk membantu mengembangkan perusahaannya. Menurut peneliti filosofi budaya Jawa yang diinternalisasikan dalam nilai *youthful* ini yaitu *kebo nusu gudel* pun sudah

cukup sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dari nilai *youthful* ini. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dari pihak hotel RAY, pihak manajemen RAY menekankan agar para karyawannya dapat berfikir kreatif dan inovatif serta mengikuti perubahan zaman hal ini sudah sangat sesuai dengan *kebonusugudel* yang memiliki makna bahwa yang mudahlah yang berkarya dan harus berani berfikir berbeda agar dapat menimbulkan kreatifitas-kreatifitas dan inovasi-inovasi. Menurut peneliti kreatifitas dan inovasi serta internalisasi budaya tersebut sudah diwujudkan dengan sangat baik dalam hotel RAY, hal ini dapat terlihat dari bangunan dalam hotel RAY yang banyak memiliki aksesoris khas kebudayaan Jawa yang dikombinasikan dengan desain modern. Nilai *youthful* ini sendiri juga berdasarkan pengamatan peneliti merupakan salah satu nilai inti budaya organisasi yang paling dominan dibanding yang lain, karena dalam *youthful* sendiri terdapat banyak sekali kegiatan dan nilai-nilai budaya Jawa yang dijalankan hotel RAY dibandingkan pada nilai inti yang lain.

b. **Able.** Internalisasi budaya Jawa dalam nilai budaya organisasi *able* ini menurut peneliti sudah cukup baik karena pihak hotel RAY mencoba untuk mewujudkan karyawan yang memiliki kesehatan fisik dan mental yang stabil dengan menggunakan kebudayaan, sehingga kegiatan menari tradisional khas Jawa yang dipilih untuk dilakukan karena pihak RAY menganggap kegiatan menari tradisional tersebut dapat membantu memberikan kesehatan fisik dan mental bagi para karyawannya. Akan tetapi pada nilai inti budaya organisasi yang

ini peneliti merasa bahwa nilai-nilai kebudayaan Jawa masih kurang dan bisa dimaksimalkan lagi.

c. **Loyal.** Memiliki nilai loyal terhadap organisasi dan pekerjaan harus diutamakan. Penerapan nilai loyal dalam hotel RAY berusaha diterapkan kepada seluruh elemen yang ada dalam hotel RAY semenjak pertama kali bekerja untuk hotel RAY. Penerapan nilai loyal ini dilakukan dengan cara pada saat di training para karyawan diputarkan film sejarah hotel RAY dari awal dibangun hingga sekarang dengan harapan akan menumbuhkan rasa bangga, rasa cinta dan akhirnya menumbuhkan rasa loyal terhadap pekerjaannya. Menurut peneliti dalam hal menumbuhkan rasa loyal yang dilakukan hotel RAY ini kurang terjamin efektifitasnya, karena belum tentu dengan menonton hal tersebut dapat membangun rasa loyal para pegawainya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian bahwa internalisasi budaya Jawa dalam budaya organisasi hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta (RAY) diwujudkan melalui lima nilai inti budaya organisasi yang dimiliki. Pertama, *reliable* yaitu seluruh karyawan Royal Ambarrukmo Yogyakarta diharapkan dapat diandalkan dan bertanggung jawab serta menjunjung tinggi kejujuran agar dapat memperoleh kepercayaan customer, untuk mewujudkannya menggunakan nilai budaya Jawa *unggah-ungguh* yaitu etika kesopanan dalam budaya Jawa yang berarti sikap hormat dan sopan dalam berperilaku

dan berbicara terutama dalam menyambut tamu di hotel Royal Ambarrukmo, lalu *ethok-ethok* yang berarti berpura-pura yang bertujuan untuk menjaga privasi para tamu, kemudian *wedi* dan *isin* yang berarti sikap malu dan takut yang berarti sikap takut kepada Tuhan Yang Maha Esa dan malu jika berpenampilan tidak rapi dan bertindak tidak sopan di depan para tamu. Kedua *organized*, yakni seluruh karyawan Royal Ambarrukmo Yogyakarta diharapkan dapat teroganisir dan disiplin dalam melakukan segala pekerjaannya untuk mencapai visi, misi, dan tujuan perusahaan, untuk mewujudkannya menggunakan filosofi budaya Jawa *alon-alon waton klakon* yang berarti pelan-pelan asal tercapai. Ketiga *youthful*, yaitu seluruh karyawan Royal Ambarrukmo Yogyakarta diharapkan dapat memiliki pemikiran produktif, kreatif, inovatif, serta dinamis sehingga dapat menghasilkan sesuatu yang baru dan bermanfaat

bagi hotel, untuk mewujudkannya menggunakan nilai budaya Jawa yaitu *kebo nesu gudel* yang artinya berani berpikir berbeda, dan nilai inti merupakan nilai yang paling dominan dibanding nilai yang lain. Keempat *able*, yaitu seluruh karyawan Royal Ambarrukmo Yogyakarta diharapkan dapat memiliki kesehatan fisik dan mental yang prima agar dapat memberikan pelayanan terbaik bagi para tamu, yang untuk mewujudkannya menggunakan tari tradisional Jawa. Kelima *loyal*, yaitu seluruh karyawan Royal Ambarrukmo diharapkan dapat memiliki integritas dan dedikasi yang tinggi terhadap pekerjaan dan tugas serta dapat memiliki kesetiaan terhadap pekerjaan dan perusahaan sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal, nilai ini merupakan nilai yang paling lemah dibandingkan nilai inti budaya organisasi yang lain.

Akan tetapi berdasarkan data yang diperoleh peneliti ditemukan bahwa internalisasi budaya Jawa dalam budaya organisasi hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta belum maksimal dilakukan, hal tersebut dikarenakan dari kelima budaya organisasi yang dimiliki terdapat satu nilai budaya organisasi yang tidak diselipkan budaya Jawa maupun filosofi budaya Jawa kedalamnya. Poin-poin nilai inti budaya organisasi tersebut pun juga tidak menverminkan kebudayaan Jawa karena menggunakan bahasa asing.

Pada visi dan misi perusahaannya, hotel RAY berkomitmen untuk menjadikan dirinya hotel yang berbasis pelestarian budaya Jawa. Pada proses mencapai target

tersebut hotel RAY telah melakukan berbagai kegiatan-kegiatan yang berbasis pelestarian budaya untuk mendukung komitmennya tersebut. Nilai-nilai budaya organisasi yang telah menjadi pedoman dalam perusahaan tersebut diselipkan kegiatan-kegiatan kebudayaan dan filosofi budaya Jawa didalamnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, upaya hotel RAY menginternalisasikan budaya Jawa kedalam budaya organisasinya sudah cukup baik. Meskipun terdapat satu nilai budaya organisasi yang tidak memiliki unsur budaya Jawa didalamnya dan nama dari nilai-nilai inti tersebut tidak mencerminkan budaya Jawa. Proses penerapannya kepada seluruh karyawan pun sudah cukup baik meskipun masih bisa untuk ditingkatkan dan dimaksimalkan lagi. Kemudian pihak manajemen hotel Royal Ambarrukmo Yogyakarta dalam proses menginternalisasikan budaya Jawa kedalam nilai-nilai inti budaya organisasi yang dijalankan tidak memiliki tolak ukur untuk mengukur keberhasilan internalisasi budaya Jawa ke dalam nilai budaya organisasi mereka.

Saran

1. Akan lebih baik jika proses sosialisasi terhadap karyawan terkait nilai-nilai inti budaya organisasi yang dijalankan perusahaan agar lebih dimaksimalkan lagi serta memperhatikan sara komunikasi dalam penyampaian kelima nilai-nilai inti budaya organisasi tersebut. Proses sosialisasi tersebut tidak terbatas dalam kegiatan formal maupun informal saja. Namun membangun lingkungan yang

membuat para karyawan dapat merasakan keharmonisan dalam perusahaan dan memiliki hubungan secara emosional yang baik dengan para atasannya. Salah satu cara yakni penyampaian dapat dilakukan secara informal dan santai sehingga dapat mengurangi rasa kaku dalam poses sosialisasi dan bisa disampaikan secara langsung mengenai bagaimana nilai-nilai inti budaya organisasi harus dijalankan dalam kehidupan sehari-hari dalam perusahaan.

2. Melakukan peninjauan kembali terkait internalisasi budaya Jawa yang dimasukkan dalam nilai inti budaya organisasi yang dijalankan, sehingga penggunaan nilai-nilai kebudayaan Jawa dapat maksimal digunakan dalam setiap aspek kegiatan yang ada di hotel RAY dan hotel RAY dapat turut membantu melestarikan budaya yang ada di Indonesia.
3. Nilai-nilai inti budaya organisasi merupakan tumpuan dalam setiap organisasi dalam setiap kegiatan apapun yang dilakukan oleh organisasi tersebut agar lebih terarah. Budaya organisasi akan sangat membantu karyawan dalam menjalankan dan menyelesaikan tugas-tugasnya dalam perusahaan. Sehingga diperlukan internalisasi yang maksimal dan tolak ukur dari pihak pimpinan terhadap para karyawan agar mampu memposisikan nilai budaya organisasi dalam bekerja. Karena nilai budaya organisasi merupakan suatu tumpuan penting, maka sosialisasi terkait budaya organisasi ini perlu dilakukan dengan semaksimal mungkin kepada seluruh elemen yang ada dalam perusahaan. Seperti misalnya dalam kegiatan0kegiatan yang dilakukan perlu ditambahkan

dan dijelaskan bahwa kegiatan tersebut sejalan dengan salah satu nilai inti budaya organisasi yang dijalankan perusahaan. Proses ini akan efektif dan memudahkan para karyawan untuk lebih dalam memahami secara jelas mengenai nilai-nilai inti budaya organisasi yang dijalankan.

4. Penggunaan nilai-nilai budaya Jawa dalam nilai inti budaya organisasi ada baiknya untuk ditinjau kembali karena terdapat beberapa nilai-nilai yang sebenarnya memiliki konotasi yang negatif bagi masyarakat Jawa tetapi digunakan dalam hotel RAY.
5. Sebagai hotel berbasis pelestarian budaya Jawa seharusnya poin-poin nilai inti budaya organisasi yang dijalankan dapat menggunakan Bahasa Jawa saja bukan bahasa asing, karena hal ini dapat lebih menunjukkan penggunaan budaya Jawa yang maksimal dalam hotel Royal Ambarrukmo sendiri dan hal ini juga akan lebih menunjukkan kepada para tamu dan *stakeholder* bahwa hotel Royal Ambarrukmo merupakan hotel yang benar-benar berbasis pelestarian budaya Jawa.

Daftar Pustaka

Buku

Gea, Antonius Atosokhi. 2006. Relasi Dengan Dunia (Alam, Iptek, & Kerja). Jakarta : PT Elex Media Komputrindo.

Prabowo, Dhanu Priyo. 2003. Pengaruh Islam Dalam Karya-Karya R.Ng. Rangawarsita. Yogyakarta : Penerbit Narasi.

Moleong, J. Lexy. 2002. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakanya Offset.

Suprpto, Tommy, M.S. 2009. Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi. Jakarta : PT Buku Kita

Moeljono, Dr. Djokosantoso. 2005. Budaya Organisasi Dalam Tantangan. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Effendi, Sofian. 2012. Metode Penelitian Survei. Jakarta : LP3ES

Ivancevich, John M. Robert Konopaske. Michael T. Matteson. Organizational Behavior and Management. Seventh Edition. Jakarta : PT Gelora Aksara Pratama.

Moeljono, Dr. Djokosantoso. 2005. *Good Corporate Culture* Sebagai Inti *Good Corporate Governance*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Morrisan. 2009. Teori Komunikasi Organisasi. Cetakan Pertama. Jakarta : Ghalia Indonesia.

Faidol, Muhammad Juddi. 2019. Komunikasi Budaya dan Dokumentasi Kontemporer. Bandung : Undpad Press

Poerwopoespito, F.X. Oerip S. 2010. Menggugah Mentalitas Profesional & Pengusaha Indonesia. Grasindo : Jakarta.

Pace, R. Wayne & Don F. Faules (terjemah Deddy Mulyana). 2013. Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan. Cetakan kedelapan. Baandung : PT Remaja Rosdakarya.

Razak, Yusron. 2008. Sosiologi Sebuah Pengantar: Tujuan Pemikiran Sosiologi Perspektif Islam. Jakarta : Laboratorium Sosiologi Agama.

Rulliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi : Teori dan Studi Kasus*. Cetakan pertama. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.

Taruna, JC Tukiman. 2018. *Pesan Moral Paribasan vs Perubahan Zaman : Khazanah Jawa*. Semarang : Universitas Katolik Soegijapranata.

Sutrisno, Edy. 2010. *Budaya Organisasi*. Edisi Pertama. Jakarta : Kencana.

Schein, Edgar H. 2010. *Organizational Culture and Leadership*. San Fransisco : Jossey Bass

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Ketiga. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Tika, Moh. P. 2009. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta. Bumi Aksara.

Yin, Robert K. 2008. *Case Study Research : Design and Methods (Applied Social Research Methods)*. Illinois : Sage Publications, Inc.

Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta : Kencana.

Mulyana, Deddy. 2004. *Komunikasi Efektif Suatu Pendekatan Lintas Budaya*, Cetakan I. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Nasution. 1995. *Dikdaktik asas-asas mengajar*. Jakarta : Bumi Aksara.

Susetya, Wawan. 2016. *Pemimpinan Masa Kini dan Budaya Jawa : Menghidupkan Kembali Nilai-Nilai Kepribadian dan Kepemimpinan dalam Pesepektif Jawa*. Jakarta : PT. Gramedia

Jurnal.

Ahmed, Mashal & Saima Shafiq. 2014. *Impact Of Organizational Culture on Organizational Performance : A Case Study Of Telecom Sector. Double Blind Peer Reviewed International Research Journal* : ISSN: 2249-4588. Diakses dari https://globaljournals.org/GJMBR_Volume14/4-The-Impact-of-Organizational-Culture.pdf (Diakses tanggal 01 Desember 2019).

Amah, Edwinah, Daminabo Weje & Mildred. 2013. Corporate Culture : A Tool For Control and Effectiveness in Organizations. *Journal Of maunusizities and Social Science* : ISSN: 2222-2863 Vol.3, No. 15, 2013 Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/322640382_Corporate_Culture_A_Tool_for_Control_and_Effectiveness_in_Organizations (Diakses tanggal 01 Desember 2019).

Muslich, Ahmad. 2018. Nilai-nilai Filosofis Masyarakat Jawa Dalam Konteks Pendidikan Karakter Di Era Milenial. *Jurnal Basic Of Education* : Vol.02, No.02, Januari-Juni 2018, ISSN : 2548-9992. Diakses dari [Journal.umpo.ac.id](http://journal.umpo.ac.id) (Diakses tanggal 01 Desember 2019).

Humannira, Raden Regia. 2016. Proses Internalisasi Nilai Kearifan Lokal Masyarakat Banten Pada Mahasiswa Yang Tergabung Dalam Organisasi Kedaerahan (studi deksriprif di organisasi kendaraan Perhimpunan Mahasiswa Banten Bandung). Diakses dari [respository.unpas.ac.id](http://repository.unpas.ac.id) (Diakses tanggal 23 Desember 2019 pukul 19.00 WIB).

Fathoni, Muhammad. 2018. Internalisasi Nilai-Nilai Budaya Organisasi. Diakses dari <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/29730> (Diakses tanggal 23 Desember 2019 pukul 19.30 WIB)

Koesmono, H.Teman. 2005. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan Pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan* : Vol. 7, No. 2, September 2005: 171-188. Diakses dari jurnalmanajemen.petra.ac.id (Diakses pada 30 November 2019).

Kusumawardani, Laksmi. 2010. Budaya Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* : Vol. 2. No. 2, Februari 2010. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/327774595_Budaya_Organisasi_dalam_Meningkatkan_Kinerja_Karyawan (Diakses pada 30 November 2019).

Tanujaya, Bella Claudia, Judy Djoko W, Tjahjo, Inri Inggit. 2018. Internalisasi Budaya Organisasi Melalui Komunikasi dalam Organisasi Musik Cognatio Orkest. *Jurnal E-Komunikasi* : Vol 6. No.2 tahun 2018. Diakses dari publication.petra.ac.id. (Diakses Tanggal 01 Desember 2019).

Mulawarman, Krisna & Yeni Rosilawati. 2008. Komunikasi Organisasi Pada Dinas Perijinan Kota Yogyakarta Untuk Meningkatkan Pelayanan. *Jurnal Makna* Vol. 5 No. 1. Diakses dari jurnal.unissula.ac.id. (Diakses tanggal 10 Desember 2019).

Kosasih, D.E, S. Sarwoprasodjo dan D. Susanto. 2014. Komunikasi Organisasi Dalam Pengembangan Kinerja Pengurus Gapoktan Pada Program Penguatan Lembaga Distribusi Pangan Masyarakat (kasus pada Gapoktan di Kabupaten Subang dan Kabupaten Bogor). *Jurnal Komunikasi Pembangunan* : ISSN 1693-3699 Juli 2014 Vol. 12, No. 2. Diakses dari journal.ipb.ac.id (Diakses tanggal 20 November 2019).

Hakim, Lukman. 2015. Karakteristik Budaya Organisasi Kuat Sebagai Upaya Meningkatkan Kinerja Industri Di Batik Danar Hadi Surakarta. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* : Volume 19, Nomor 2, Desember 2015. Diakses dari journals.ums.ac.id (Diakses pada 30 November 2019).

Koesmono, H.Teman. 2005. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan Pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* : Vol. 7, No. 2, September 2005. Diakses dari jurnalmanajemen.petra.ac.id (Diakses tanggal 25 September 2019).

Web

<http://jogja.tribunnews.com/2019/01/17/royal-ambarrukmo-raih-penghargaan-hotel-berbasis-pelestarian-budaya-terbaik>. (Diakses pada 4 Maret 2019, Pukul 16.00).

<http://jogja.tribunnews.com/2018/06/19/royal-ambarrukmo-yogyakarta-raih-14-penghargaan-bergengsi-nasional-dan-internasional>. (Diakses pada 4 Maret 2019, Pukul 16.00).

<https://visitingjogja.com/15691/statistik-pariwisata-diy-2017/> (Diakses pada 19 Maret 2019, Pukul 08.00).