

Hubungan Antara Budaya Organisasi dengan *Common Ingroup Identity* Pada Karyawan PT Intan Pariwara

The Correlation Between Organizational Culture And Common Ingroup Identity On Employee Of PT. Intan Pariwara

Kuzana Alpra, Aditya Nanda Priyatama, Selly Astriana

Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran
Universitas Sebelas Maret

ABSTRAK

Common ingroup identity adalah perubahan representasi kognitif dari yang semula berorientasi “kami” versus “mereka” menjadi lebih inklusif yaitu “kita”. Strategi ini menekankan proses rekatégorisasi dimana anggota kelompok dari kelompok yang berbeda diinduksi untuk menerima diri mereka sebagai satu kesatuan, lebih inklusif menjadi grup superordinat dibandingkan dengan sebagai dua grup yang terpisah. *Common ingroup identity* memiliki dampak positif bagi anggota organisasi. Dampak positif yang dihasilkan tersebut dapat dimanfaatkan untuk keberlangsungan proses dalam perusahaan sehingga semua karyawan dapat terintegrasi dengan baik. *Common ingroup identity* pada individu dipengaruhi oleh berbagai variabel, salah satunya adalah budaya organisasi.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara budaya organisasi dengan *common ingroup identity* pada karyawan PT. Intan Pariwara. Sampel penelitian yang digunakan berjumlah 91 karyawan PT Intan Pariwara menggunakan teknik pengambilan sampel *cluster random sampling*. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan skala budaya organisasi dan skala *common ingroup identity*. Skala budaya organisasi terdiri dari 23 aitem valid dengan koefisien reliabilitas 0,814, skala *common ingroup identity* terdiri dari 18 aitem valid dengan koefisien reliabilitas 0,799.

Analisis data menggunakan teknik korelasi pearson product moment dan diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,848 dan $p=0,00$ ($p<0,05$). Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara budaya organisasi dengan *common ingroup identity* yang signifikan dan positif. Nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,719 yang berarti dalam penelitian ini budaya organisasi memberikan kontribusi sebesar 71,9 % dan 28,1% dijelaskan oleh faktor lain. Kesimpulan pada penelitian ini adalah terdapat hubungan antara budaya organisasi dengan *common ingroup identity* pada karyawan PT. Intan Pariwara.

Kata kunci : Budaya organisasi, *common ingroup identity*

PENDAHULUAN

Abdulsyani (2007) mengungkapkan bahwa organisasi secara harfiah dapat diartikan sebagai suatu kesatuan orang-orang yang tersusun dengan teratur berdasarkan pembagian tugas tertentu.

Organisasi memiliki berbagai macam elemen atau komponen yang disatu sisi harus mampu bekerja sendiri namun disisi lain juga dituntut bisa bekerja sama dengan komponen-komponen lainnya (Liestiyadi *et al*, 2007). Organisasi yang mampu mencapai

tujuan yang telah ditetapkan maka dapat dikatakan bahwa organisasi tersebut efektif.

Sebuah industri dan organisasi di dalamnya terdapat struktur organisasi dan divisi untuk membedakan ranah kerja anggotanya. Struktur organisasi dapat diartikan sebagai kerangka kerja formal organisasi yang dengan kerangka kerja itu tugas-tugas pekerjaan dibagi-bagi, dikelompokkan, dan dikoordinasikan (Robbins & Coulter, 2007).

Tugas penting dalam organisasi adalah mengharmoniskan suatu kelompok berbeda, mempertemukan bermacam-macam kepentingan dan memanfaatkan seluruh kemampuan ke suatu arah tujuan. Di sisi lain, sesuatu yang tidak dapat dihindari dari proses pengorganisasian dari pelaksanaan struktur organisasi adalah konflik dalam organisasi (Robbin, 2000).

Konflik salah satunya dapat terjadi karena adanya bias antarkelompok. Perbedaan-perbedaan dalam berbagai tujuan membuat kelompok organisasi cenderung menjadi terspesialisasi atau dibedakan berdasarkan fungsi, tugas dan personalia yang tidak sama (Lumintang, 2015). Keanggotaan individu di dalam kelompok khususnya divisi dalam perusahaan membuat individu memiliki identitas sosial (Halida dalam Sarwono, 2012). Hogg &

Abram (1988) menjelaskan identitas sosial sebagai rasa keterkaitan, peduli, bangga yang dapat berasal dari pengetahuan seseorang dalam berbagai keanggotaan sosial dengan anggota yang lain. Selain itu, menurut Turner, 1999 (dalam Sarwono, 2012) untuk mencapai dan mempertahankan identitas sosial yang positif, individu cenderung mengutamakan kelompok sendiri (*ingroup*) dibandingkan kelompok lain (*outgroup*). Hal ini dapat menimbulkan bias antarkelompok (*intergroup bias*) dimana individu memberi penilaian yang tidak objektif untuk kelompoknya, cenderung lebih mengutamakan kelompoknya sendiri dan tidak mengutamakan kelompok lain (Myers, 2012).

Kebutuhan anggota kelompok untuk menilai kelompok sendiri secara lebih positif dapat memunculkan diskriminasi dan prasangka satu dengan yang lain (Tajfel *et al*, dalam Uha, 2013). Prasangka yang timbul dapat membuat anggota organisasi tidak merasa satu kesatuan di dalam organisasi. Mereka lebih mementingkan kelompok yang tergabung karena kesamaan ranah kerja.

Para anggota organisasi seharusnya tidak mengalami adanya bias antarkelompok karena anggota atau karyawan merupakan sumber daya yang paling penting dalam

suatu organisasi (Wirawan, 2009). Oleh karena itu, perlu adanya usaha-usaha untuk memperkecil atau menghilangkan masalah yang ada di dalam organisasi.

Salah satu cara yang dapat menurunkan bias antarkelompok dan menumbuhkan identifikasi sosial adalah menciptakan *common ingroup identity* (Gaertner & Dovidio, 1994). *Common ingroup identity* membuat perubahan proses kognitif dalam memaknai suatu keadaan yaitu dari yang semula berorientasi “kami” versus “mereka” menjadi lebih inklusif yaitu “kita” (Gaertner & Dovidio, 2000). Perubahan representasi kognitif yang terjadi, diharapkan dapat mengurangi kategorisasi *ingroup* dan *outgroup* dalam sebuah organisasi. Strategi ini menekankan proses rekategorisasi dimana anggota kelompok dari kelompok yang berbeda diinduksi untuk menerima diri mereka sebagai satu kesatuan, lebih inklusif menjadi grup superordinat dibandingkan dengan sebagai dua grup yang terpisah. Proses ini membuat karyawan yang sebelumnya hanya menganggap kelompoknya sendiri (*ingroup*) juga menganggap kelompok lain (*outgroup*) menjadi bagian dari identitasnya.

Penelitian dari Gaertner & Dovidio (1994) dan Terry & O’Brien (2001) tersebut menunjukkan bahwa *common ingroup*

identity memiliki dampak positif bagi anggota organisasi. Hal tersebut membuat penulis ingin mengetahui faktor-faktor yang dapat menciptakan *common ingroup identity* pada seluruh karyawan.

Budaya organisasi dapat menjadi faktor yang dapat menciptakan *common ingroup identity* pada anggota kelompok. Eksperimen yang telah dilakukan oleh Halida (2014) menyatakan bahwa kelompok satu dengan yang lainnya dapat memiliki persepsi “kita” dengan didorong untuk memikirkan masa depan ideal yang diinginkan bersama serta sesuatu yang dimiliki bersama. Hal tersebut merupakan tujuan kelompok (Gaertner dan Dovidio, 2000). Organisasi membutuhkan tujuan organisasi yang sama agar dapat mengikat anggota dari dua kelompok yang berbeda. Budaya organisasi membantu mengarahkan sumberdaya manusia pada pencapaian misi, visi dan tujuan organisasi (Uha, 2015). Selain itu, fungsi budaya organisasi adalah sebagai perekat sosial dalam mempersatukan anggota dalam mencapai tujuan organisasi.

Identifikasi sosial dapat ditumbuhkan dengan budaya organisasi sebagai upaya menciptakan *common ingroup identity* (Robbins, 2000). Hal serupa juga diungkapkan oleh Nelson dan Quick (1997) bahwa salah satu fungsi dasar dari

budaya organisasi yaitu memunculkan perasaan identitas di dalam kelompok.

Keharmonisan tujuan ini akan membangun kebersamaan, loyalitas dan komitmen keorganisasian sehingga memperkecil kecenderungan anggota mengalami stress kerja dan meninggalkan organisasinya (Tika, 2006).

Budaya organisasi juga berperan membantu menciptakan rasa memiliki terhadap organisasi, menciptakan jati diri anggota organisasi, menciptakan keterikatan emosional antara organisasi dan anggota yang terlibat di dalamnya, membantu menciptakan stabilitas organisasi sebagai sistem sosial, dan menemukan pola pedoman perilaku sebagai hasil dari norma-norma kebiasaan yang terbentuk dalam keseharian (Riani, 2011).

PT Intan Pariwara adalah perusahaan penerbitan dan percetakan yang memiliki tujuan untuk ikut serta dalam mencerdaskan bangsa. Tugas untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas sangat diutamakan dalam perusahaan ini. Pengembangan tersebut tidak lepas dari sumber daya manusia yang ada di PT Intan Pariwara. Kinerja dari karyawan di dalam setiap divisi pun harus selalu ditingkatkan. Oleh karena itu, perlu ada perhatian khusus dalam

mengembangkan sumber daya manusia di perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada beberapa karyawan PT Intan Pariwara, didapatkan hasil bahwa masih terdapat karyawan yang belum merasa menjadi bagian dan satu kesatuan di dalam perusahaan. Berdasarkan kuesioner prapenelitian yang diberikan kepada 27 karyawan PT Intan Pariwara didapatkan hasil bahwa sebanyak 21 karyawan (77,78 persen) merasa lebih nyaman berada didalam divisinya dibandingkan dengan divisi lain. Merasa nyaman dapat diartikan sebagai membuat atribusi yang positif dan menyenangkan. Hal tersebut menunjukkan bahwa karyawan masih merasakan adanya perbedaan persepsi antara divisinya dan divisi lain. Perbedaan persepsi tersebut dapat membuat adanya bias antarkelompok.

Bias antarkelompok yang terjadi pada PT. Intan Pariwara dapat diatasi dengan memunculkan *common ingroup identity* pada setiap karyawan. Telah dijelaskan juga bahwa *common ingroup identity* dapat dimunculkan dengan budaya organisasi yang ada dalam perusahaan. Berdasarkan latar belakang pemikiran tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Hubungan antara Budaya Organisasi dengan Common*

Ingroup Identity pada Karyawan di PT. Intan Pariwara”.

DASAR TEORI

Common ingroup identity merupakan perubahan proses kognitif dalam memaknai suatu keadaan pada anggota dari dua atau lebih kelompok berbeda yang semula berorientasi “kami” versus “mereka” menjadi lebih inklusif yaitu “kita”. Strategi ini menekankan proses rekatégorisasi yaitu anggota kelompok dari kelompok yang berbeda diinduksi untuk menerima diri mereka sebagai satu kesatuan, lebih inklusif menjadi grup superordinat dibandingkan dengan sebagai dua atau lebih grup yang terpisah. Aspek-aspek *common ingroup identity* menurut Gaertner *et al.* (1993) yaitu keadaan saling tergantung antarkelompok, status yang sama, interaksi, norma-norma yang mendukung.

Budaya organisasi dapat disimpulkan sebagai seperangkat nilai, keyakinan, asumsi dan norma yang dimiliki dan disepakati bersama oleh seluruh anggota dalam suatu organisasi dan dijadikan pedoman untuk berperilaku. Aspek-aspek budaya organisasi dari teori yang dikemukakan oleh O'Reilly dan Chatman (dalam Robbins, 2002) yaitu inovasi dan pengambilan resiko, perhatian terhadap detail, orientasi terhadap hasil, orientasi terhadap individu, orientasi

terhadap tim, agresivitas, serta terakhir stabilitas.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan PT. Intan Pariwara yang jumlah keseluruhannya 410 karyawan yang terdiri dari divisi BOD, Internal Audit, NSM, RM, HRD, Keuangan, WH, IT, PPC, Majalah, Cempaka Putih, Pakar Raya, Mulok dan Task Force. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian karyawan PT Intan Pariwara dengan jumlah sampel 150 karyawan yang terdiri atas 16 karyawan dari divisi NSM, 45 karyawan Cempaka Putih, 23 karyawan BOD & Audit, 21 karyawan pakar raya, 20 karyawan RM dan 25 karyawan IT & PPC.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan instrument skala jenis Likert, yaitu :

1. Skala *Common Ingroup Identity*
skala *common ingroup identity* yang mengacu pada teori *contact hypothesis* yang diungkapkan oleh dari Gaertner *et al.* (1993) yaitu keadaan saling tergantung antarkelompok, status yang sama, interaksi, norma-norma yang mendukung yang diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia.
2. Skala Budaya Organisasi

Pengukuran budaya organisasi dalam penelitian ini menggunakan skala yang diadaptasi berdasarkan dimensi budaya organisasi dari teori yang dikemukakan oleh O'Reilly dan Chatman (dalam Robbins, 2002) yaitu inovasi dan pengambilan resiko, perhatian terhadap detail, orientasi terhadap hasil, orientasi terhadap individu, orientasi terhadap tim, agresivitas, serta terakhir stabilitas.

HASIL-HASIL

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan perhitungan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 20.0.

1. Uji Asumsi Dasar

Uji normalitas menggunakan teknik Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikansi 0,05. Signifikansi *common ingroup identity* sebesar 0,061 dan signifikansi budaya organisasi sebesar 0,141. Nilai signifikansi kedua variabel penelitian menunjukkan nilai diatas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel penelitian telah terdistribusi secara normal.

Uji linearitas antara *common ingroup identity* dengan budaya organisasi menghasilkan nilai signifikansi pada Deviation from linearity sebesar 0,124. Nilai signifikansi antara variabel bebas

dan tergantung adalah lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antara masing-masing variabel dalam penelitian ini adalah linear.

2. Uji Hipotesis

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan teknik korelasi product moment pearson diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,848 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara budaya organisasi dengan *common ingroup identity* pada tingkat hubungan yang sangat kuat. Taraf signifikansi (p) yang diperoleh sebesar 0,000 ($p < 0,005$) menunjukkan bahwa hasil penelitian ini adalah signifikan (dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian). Hasil tersebut menyatakan bahwa hipotesis terdapat hubungan positif antara budaya organisasi dan *common ingroup identity* diterima. Semakin tinggi budaya organisasi maka semakin tinggi pula *common ingroup identity* nya.

Koefisien determinasi antara variabel budaya organisasi dengan *common ingroup identity* adalah sebesar 71,9 %. Sisanya sebanyak 28,1 % dijelaskan oleh faktor selain budaya organisasi yang dapat mempengaruhi *common ingroup identity*.

3. Analisis Deskriptif

Kategorisasi variabel *common ingroup identity* dapat diketahui bahwa secara umum responden berada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 75,82% responden. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden penelitian memiliki tingkat *common ingroup identity* yang tinggi.

Berdasarkan hasil kategorisasi variabel budaya organisasi dapat diketahui bahwa secara umum responden berada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 69,23% responden. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden penelitian memiliki tingkat budaya organisasi yang tinggi.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang diperoleh dari uji hipotesis menggunakan analisis korelasi *Product Moment Pearson* menunjukkan hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara budaya organisasi dengan *common ingroup identity* pada karyawan PT Intan Pariwara. Analisis yang telah dilakukan menunjukkan angka koefisien korelasi (r) sebesar 0,848 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Angka tersebut menunjukkan bahwa budaya organisasi dapat digunakan sebagai

prediktor untuk memprediksi munculnya *common ingroup identity* pada karyawan dalam sebuah organisasi. Hubungan yang positif juga menunjukkan bahwa semakin tinggi karyawan memiliki persepsi positif pada budaya organisasi di perusahaan maka akan semakin tinggi pula *common ingroup identity* yang dirasakan. Sebaliknya semakin rendah persepsi positif pada budaya organisasi di perusahaan maka akan semakin rendah pula *common ingroup identity* pada karyawan.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi *product moment pearson* tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima yaitu terdapat hubungan antara budaya organisasi dengan *common ingroup identity* pada karyawan. Dalam penelitian ini didapatkan nilai *R square* yang disebut sebagai koefisien determinan yaitu 0,719. *R square* berarti hasil bahwa kontribusi budaya organisasi sebesar 71,9% terhadap *common ingroup identity*. Sisanya sebanyak 28,1 % dijelaskan oleh faktor selain budaya organisasi yang dapat mempengaruhi *common ingroup identity*.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi *common ingroup identity* menurut Baron & Byrne (1991) salah satunya adalah persepsi dalam konteks antar kelompok. Individu

yang mengidentifikasi diri pada sebuah kelompok, maka status dan gengsi yang dimiliki oleh kelompok tersebut akan mempengaruhi persepsi setiap individu. Selain itu keyakinan saling terkait terhadap kelompok sosialnya juga dapat mempengaruhi pembentukan identitasnya. Kelekatannya muncul ketika sebuah kelompok dinilai positif dan meningkatkan harga diri seseorang.

Menurut Burke (2006) motivasi seseorang untuk mengkategorisasi ingroup dan outgroup adalah adanya *positive distinctiveness* yaitu keyakinan bahwa “kelompok kita” lebih baik dibandingkan “kelompok mereka”. *Self enhancement* juga dapat terlibat dalam proses pembentukan identitas sosial. Motif individu untuk melakukan identitas sosial adalah memberikan aspek positif bagi dirinya, misalnya meningkatkan harga diri yang berhubungan dengan *self enhancement*.

Korelasi positif dan signifikan antara budaya organisasi dengan *common ingroup identity* menunjukkan bahwa budaya organisasi mempunyai peranan penting dalam menciptakan identitas dari anggotanya. Karyawan mampu menciptakan kesatuan identitas dalam perusahaan. Hasil penelitian ini mendukung pendapat dari Nelson dan Quick, (1997) yaitu salah satu fungsi dasar

dari budaya organisasi adalah memunculkan perasaan identitas dalam kelompok. Fungsi tersebut dapat digunakan oleh organisasi atau perusahaan.

Dovidio, *et al* (2015) mengungkapkan bahwa faktor lingkungan, keterikatan kelompok dapat mempengaruhi terbentuknya *common ingroup identity*. Faktor lingkungan dapat berasal dari budaya organisasi yang ada dalam perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Bingol, Sener dan Cevik (2013) mengungkapkan bahwa budaya organisasi dapat berpengaruh terhadap identitas organisasi atau karyawannya. Budaya organisasi memberikan identitas pada organisasi tersebut maupun kepada karyawannya. Hal tersebut terjadi karena karyawan dipengaruhi oleh budaya organisasi ketika mereka masuk kedalam perusahaan (Bingol, Sener & Cevik, 2013).

Crisp & Hewstone (2007) mengatakan bahwa untuk dapat membentuk *common ingroup identity* pada karyawan salah satunya dapat dilakukan dengan memberikan status yang setara, tugas dan tujuan umum yang dapat dicapai oleh kelompok-kelompok yang berbeda. Hal tersebut dapat diberikan melalui sosialisasi budaya organisasi yang membantu mengarahkan sumber daya manusia pada

pencapaian misi, visi dan tujuan organisasi (Uha, 2015). Selain itu, fungsi budaya organisasi adalah sebagai perekat sosial dalam mempersatukan anggota dalam mencapai tujuan organisasi. Hasil kategorisasi kedua skala menunjukkan tingkat yang tinggi. Hal tersebut berbeda dengan latar belakang penelitian ini. Pada hasil wawancara dan kuesioner pra penelitian, terdapat kecenderungan bahwa karyawan di PT Intan Pariwara memiliki *common ingroup identity* yang kurang dan lebih mengidentifikasi diri pada divisi dan bukan pada perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Peneliti tidak dapat memberikan analisis tambahan untuk memperkaya hasil penelitian. Hal tersebut dikarenakan seluruh responden tidak mengisi tambahan data demografis yang ada didalam skala yang diberikan. Selain itu, skala tidak dapat diberikan langsung oleh peneliti melainkan diberikan melalui staf HRD perusahaan.

Secara keseluruhan penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara budaya organisasi dengan *common ingroup identity*, namun generalisasi hasil-hasil dari penelitian ini terbatas pada populasi dimana penelitian dilakukan.

PENUTUP

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara budaya organisasi dan *common ingroup identity* pada karyawan PT. Intan Pariwara.
2. Hubungan yang positif dan signifikan mengindikasikan bahwa semakin budaya organisasi yang terinternalisasi maka akan semakin kuat pula *common ingroup identity* pada karyawan.
3. Tingkat budaya organisasi pada karyawan PT Intan Pariwara berada pada *range* tinggi dalam kategorisasi skala budaya organisasi.
4. Tingkat *common ingroup identity* pada karyawan PT Intan Pariwara berada pada *range* tinggi dalam kategorisasi skala *common ingroup identity*.

Peranan atau kontribusi budaya organisasi terhadap *common ingroup identity* sebesar 71,9 % yang ditunjukkan nilai koefisien determinan r^2 sebesar 0,719. Hal tersebut berarti masih terdapat 28,1 % faktor lain yang dapat mempengaruhi *common ingroup identity* di luar variabel prasangka.

Berdasarkan hasil penelitian, diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Karyawan

- a. Bagi Karyawan diharapkan dapat mempertahankan identitas diri sebagai bagian dari perusahaan dengan mampu menyesuaikan diri dengan budaya organisasi sebagai pembentuk identitas sosial di dalam perusahaan.
 - b. Karyawan disarankan dapat terus mempertahankan hubungan yang baik antar divisi dalam perusahaan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengikuti acara-acara yang diadakan oleh perusahaan yang melibatkan seluruh karyawan dari setiap divisi.
 - c. *Common ingroup identity* pada karyawan juga dapat dipertahankan dengan menjalankan tugas serta tanggung jawab sesuai dengan visi dan misi perusahaan, terus berinovasi, memiliki keterikatan terhadap peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan. Pemahaman terhadap visi dan misi perusahaan dapat membuat karyawan memahami tujuan dari perusahaan dan berusaha untuk mencapainya bersama-sama tidak terfokus hanya pada satu divisi.
2. Untuk Perusahaan
- a. Diharapkan perusahaan dapat mendorong dan memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mampu menyesuaikan diri di perusahaan dan menciptakan budaya organisasi yang positif.
 - b. Perusahaan disarankan dapat terus mempertahankan *common ingroup identity* pada karyawan sehingga proses pengorganisasian di perusahaan berjalan dengan baik. Hal tersebut dapat dicapai melalui penanaman visi dan misi perusahaan pada karyawan sehingga mereka merasa menjadi bagian dari perusahaan dan tidak hanya berpusat terhadap divisi. Selain itu perusahaan juga dapat meningkatkan keterlibatan karyawan didalam aktivitas perusahaan secara umum.
 - c. Pimpinan perusahaan juga diharapkan dapat lebih terbuka dan menerima saran ataupun pendapat dari seluruh karyawan. Hal tersebut dapat membuat karyawan merasa lebih diterima dan merasa menjadi bagian dari perusahaan.
 - d. Penanaman budaya organisasi dapat dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan artefak seperti seragam, pin, atau simbol yang dapat melambangkan perusahaan. Artefak dapat memunculkan identitas bersama dalam diri karyawan.

3. Untuk Peneliti Selanjutnya
- a. Seperti yang telah dipaparkan dalam pembahasan, bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Oleh karena itu diharapkan peneliti selanjutnya lebih memperhatikan faktor-faktor lain di luar penelitian yang dimungkinkan dapat mempengaruhi bahkan mengganggu hasil penelitian. Peneliti dapat melakukan kontrol terhadap sampel dengan memberikan kuesioner secara langsung serta dapat melakukan pengawasan secara mandiri terhadap prosedur penelitian.
 - b. Peneliti selanjutnya juga diharapkan untuk lebih memperluas lingkup penelitian, dan mengeksplorasi lebih lanjut mengenai variabel-variabel penelitian ini yaitu budaya organisasi dan *common ingroup identity* dan faktor lain dapat dianalisis melalui lamanya karyawan bekerja dalam suatu perusahaan, pengaruh dari pimpinan, *self esteem*, *self enhancement* beserta kemungkinan faktor-faktor lain yang mempengaruhi untuk memperoleh hasil dan simpulan yang lebih komprehensif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi

bagi peneliti lain yang ingin melakukan penelitian dengan variabel yang sama.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. (2007). *Manajemen Organisasi*. Jakarta : PT. Bina Aksara
- Baron, R. A. & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial (Edisi 10 Alih Bahasa)*. Jakarta: Erlangga.
- Bingol, D., Sener, I., Cevik, E., (2013). The Effect of Organizational Culture on Organizational Image and Identity: Evidence from a Pharmaceutical Company. *Social and behavioral Science*. 99, 222-229.
- Burke, PJ. (2006). *Contemporary Social Psychological Theories*. California: Stanford University Press
- Crisp, R.J., Hewstone, M. (2007). Multiple Social Categorization. *Advances in experimental social psychology*. 39, 163-254.
- Dovidio, J. F., Saguy, T., Ufkes, E. G., Scheepers, D., & Gaertner, S. L. (2015). *Inclusive identity and the psychology of social change*. *Social Psychology and Politics*. New York: Psychology Press.
- Gaertner S. L., & Dovidio, J. F. (2000). *Reducing Intergroup Bias: The Common Ingroup Identity Model*. Ann Arbor, MI : Taylor and Francis
- Gaertner, S. L., Rust, M. C., Dovidio, J. F., Bachman, B. A., & Anastasio, P. A. (1993). The common ingroup model: Recategorisation and the reduction of

- intergroup bias. *European Review of Social Psychology*, 41–26.
- Gaertner, S. L., Rust, M. C., Dovidio, J. F., Bachman, B. A., & Anastasio, P. (1994). The contact hypothesis: The role of a common ingroup identity on reducing intergroup bias. *Small Groups Research*, 25, 224–249
- Halida R. A., Ariyanto, A. A. & Muluk, H. (2014). Kesamaan Dan Kesenambungan : Pengaruh *Appreciative Inquiry* Terhadap *Common ingroup identity* Dan Persepsi Kesenambungan Pasca Penggabungan Kelompok. *Jurnal Psikologi Industri Dan Organisasi*. 1(1), 39-68.
- Lumintang, J. (2015). *Dinamika Konflik Dalam Organisasi*. Journal Acta Diurna Volume IV No 2.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Nelson, D.L. & Quick, J.C. (1997). *Organizational Behavior: Foundations, Realities and Challenges*. Minneapolis, St. Paul: West Publishing Company.
- Riani, A. L. (2011). *Budaya Organisasi*. Cetakan Pertama, Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Robbins, S. P. (2000). *Organizational behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Robbins, S.P. (2002). *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*. Edisi kelima. Jakarta : Erlangga.
- Sarwono, S. W. (2012). *Psikologi sosial : Individu dan teori-teori psikologi*. Jakarta : Balai Pustaka
- Terry, D. J., & O'Brien, A. (2001). Status, Legitimacy, And *Ingroup Bias* In The Context Of An Organizational Merger. *Group Processes And Intergroup Relations*, 4, 271-289.
- Tika, M. P. (2008). *Budaya Organisasi Dan Peningkatan Kinerja Perusahaan*. Jakarta : Bumi Aksara
- Uha, I. N. (2013). *Budaya Organisasi Kepemimpinan & Kinerja*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Wirawan. (2009). *Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia : Teori Aplikasi dan Penelitian*. Jakarta: Salemba Empat.