

SERAGAM KERJA SEBAGAI CORPORATE IDENTITY DALAM MENINGKATKAN SIKAP KERJA KARYAWAN RADIO RASE FM

Nela Widiastuti

Fakultas Komunikasi & Desain, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya
widiastutinela@yahoo.co.id

(Diterima oleh Dewan Redaksi: 29-03-2021)

(Dipublikasikan oleh Dewan Redaksi: 22-04-2021)

ABSTRAK

Masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana seragam perusahaan dapat meningkatkan sikap kerja karyawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas penggunaan seragam untuk meningkatkan sikap karyawan di perusahaan. Penelitian menggunakan metode kualitatif. Data diperoleh melalui proses wawancara dan riset dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada efek psikologis tertentu yang dirasakan karyawan dengan aturan penggunaan seragam. Seragam itu bisa membuat orang lebih percaya diri dan bisa membuat orang merasa bangga dengan statusnya. Kesimpulan penelitian ini adalah Penggunaan seragam menjadi strategi yang dilakukan perusahaan untuk menanamkan perasaan bangga. Bila seorang karyawan semakin bangga dengan seragam yang dipakai, maka kinerjanya juga akan semakin bagus. Seragam dapat Meningkatkan kerja sama tim dalam membangun budaya organisasi sehingga muncul komitmen pada diri setiap karyawan untuk memajukan perusahaan. Karyawan memiliki perasaan cukup kuat terhadap seragam yang dikenakan, sehingga mereka mendapatkan pengaruh positif dari seragam yaitu kepuasan dalam bekerja yang merujuk pada sikap positif karyawan terhadap pekerjaannya.

Kata kunci : Radio, Seragam kerja, public relations, sikap karyawan

ABSTRACT

Problem in this research is How uniform companies can improve employee attitudes. The purpose of this study was to determine the effectiveness of the use of uniform to improve the attitude of the employees in the company. Research using qualitative methods. The data obtained through interviews and research documentation process. The results showed that there are certain psychological effects felt by employees with the use of uniform rules. Uniform it could make people more confident and can make people feel proud of their status. The conclusion of this study is the use of the uniform of the company's strategy to instill a sense of pride if an employee is more proud of the uniform is worn; it will also get better performance. Uniform can improve teamwork in building the organizational culture so that it appears to every employee's commitment to advance the company. Employees have a strong feeling against uniforms worn, so they get a positive effect from the uniform. They also get satisfaction in work which refers to the positive attitude of employees towards work.

Keywords: Radio, uniforms, public relations, employee attitudes

PENDAHULUAN

Persepsi umum kebanyakan orang bahwa kemeja seragam selalu identik dengan pelajar, anak sekolah, dsb. Oleh karena itu sebagian orang enggan untuk berangkat ke kantor dengan pakaian seragam lengkap bahkan sengaja tidak memakainya. Seragam kantor dinilai terlalu baku dan mengikat. Padahal di negara-negara maju, umumnya karyawan perusahaan-perusahaan besar terbiasa memakai seragam kantor, disamping sebagai bentuk loyalitas pada perusahaan juga apresiasi pada perusahaan tersebut. Di Indonesia hanya sebagian saja yang terbiasa menggunakan seragam, dan terbatas untuk beberapa perusahaan besar, beberapa perbankan. Penampilan merupakan komponen desain yang kuat, dan sangat membantu untuk menciptakan kesan. Nelson dan Bowell (2000: 87) "Pakaian mengandung simbol-simbol yang memberikan informasi tentang posisi, jenis kelamin dan pekerjaan, identifikasi peranan jenis kelamin, orientasi politik etnik, dan prioritas estetik seseorang" Orang-orang berpenampilan menarik dianggap lebih mudah diterima oleh lingkungan sosialnya, dan lebih dapat menyelesaikan tugas dengan baik. Pakaian memiliki pengaruh luar biasa pada daya tarik.

Dalam kajian public relations, seragam merupakan bagian dari *corporate identity* yang terdiri dari tiga bagian yaitu *Corporate Design* (logo, seragam, warna perusahaan dll), *Corporate Communication* (iklan, public relations, informasi, dll) dan *Corporate Behaviour* (nilai-nilai internal, norma, dll). Sehingga saat ini seragam perusahaan menjadi bagian dari perusahaan. Bukan hanya di lingkup pemerintahan saja namun juga di perusahaan BUMN dan perusahaan swasta. Ada perusahaan yang mewajibkan karyawannya untuk memakai seragam perusahaan di setiap hari kerja berdasarkan seragam yang telah ditentukan oleh perusahaan. Jika melihat acuan manajemen pada umumnya, tujuan seragam itu bukan untuk tampil lebih superior, tetapi untuk mempersatukan berbagai karakter dan kepribadian individu dalam formula kolektif pada waktu dan kondisi tertentu. Atau dengan kata lain, seragam kerja itu harus menjadi sarana menciptakan budaya kerja yang dianut oleh organisasi /perusahaan. Bukan hanya sekedar fashion atau bisa-bisa malah memperkuat lahirnya group think yang negatif.

Pemikiran untuk mewajibkan seragam kerja biasanya muncul dari berbagai alasan. Mulai dari sebagai penanda identitas personal. Karena perusahaan sudah susah menghafal orang satu persatu, maka salah satu cara untuk mengetahuinya dengan seragam. Atau diwajibkan dengan alasan untuk identitas profesi dan institusi, misalnya para jurnalis yang ditugaskan kantornya

untuk sebuah peliputan. Mereka butuh identitas. Lebih-lebih jika tugasnya di kawasan yang tingkat kegawatannya tinggi. Seragam dinilai penting untuk membedakan identitas profesi, institusi, dan eksistensi. Mungkin juga untuk lebih cepat membangun kepercayaan pihak lain. Misalnya seseorang bisa langsung lebih mudah percaya terhadap orang yang datang ke rumah dengan memakai seragam petugas keamanan atau pegawai departemen. Bagi perusahaan yang kurang memiliki kepentingan langsung terhadap pentingnya menunjukkan identitas dan kepercayaan kepada pihak luar, seragam kerja juga dipakai untuk penanda *job title* di tingkat internal. Misalnya ada perusahaan yang membedakan seragam kerja untuk staff, supervisor, dan manajer.

Trend pemakaian seragam kini juga mulai merambah ke perusahaan media massa, baik itu elektronik maupun cetak. Bagi media, penggunaan seragam tidak hanya sebagai identitas perusahaan namun juga sebagai kebanggaan bagi karyawan. Perusahaan media yang diteliti adalah Radio RASE FM, yang di setiap harinya mewajibkan para karyawannya mulai dari level atas sampai bawah untuk mengenakan seragam perusahaan yang telah ditentukan. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti ingin mengetahui bagaimana seragam perusahaan dapat meningkatkan sikap kerja karyawan?. Studi ini menganalisa pengaruh penggunaan seragam pada sikap kerja karyawan pada radio RASE FM. Menurut Robbins (2005: 90-91), "Sikap adalah pernyataan evaluatif- baik yang menguntungkan atau tidak menguntungkan - mengenai obyek, orang, atau peristiwa. Sikap mencerminkan bagaimana seseorang merasakan sesuatu.

Sikap tersusun atas tiga komponen yaitu kognitif, afektif dan perilaku.

- Komponen kognitif: segmen pendapat atau keyakinan sikap:
- Komponen afektif: segmen emosional atau perasaan sikap.
- Komponen perilaku: suatu maksud untuk berperilaku dengan suatu cara tertentu terhadap seseorang atau sesuatu.

Selanjutnya menurut Robbins (2005: 91-93), ada tiga tipe sikap:

- Kepuasan kerja - merujuk pada sikap umum seorang individu terhadap pekerjaannya. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja tinggi menunjukkan sikap positif terhadap kerja itu; seseorang yang tak puas, menunjukkan sikap negatif. Bila orang berbicara tentang sikap karyawan, lebih sering yang dimaksudkan adalah kepuasan kerja.
- Keterlibatan kerja - sampai tingkat mana seseorang memihak pada pekerjaannya, berpartisipasi aktif, dan menganggap kinerjanya penting bagi.harga diri.

- Komitmen pada organisasi - sampai tingkat mana seorang karyawan memiliki komitmen pada organisasi dan tujuannya, dan berniat memelihara keanggotaan dalam organisasi itu.

Peneliti menemukan bahwa keputusan yang berhubungan dengan seragam karyawan biasanya dibuat oleh manajemen, dengan melibatkan sedikit atau bahkan tanpa masukan dari karyawan yang mengenakannya. Manajemen biasanya lebih memikirkan tentang suasana yang diciptakan seragam tersebut, dan jarang mempertimbangkan fungsi atau penampilan seragam. Nelson dan Bowen (2000 : 87) menyatakan hasil dari cara pemilihan seperti ini (yaitu seragam yang tampak buruk atau kurang fungsional) dapat memberikan pengaruh negatif pada sikap karyawan, dan dapat menimbulkan ketidakpuasan karyawan. Seragam seharusnya memiliki pengaruh positif pada kepuasan karyawan, karena seragam tersebut ikut mendorong terciptanya suasana positif.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini akan berusaha menjawab rumusan masalah berikut, “Bagaimana seragam perusahaan dapat meningkatkan sikap kerja karyawan?. Masalah yang akan diidentifikasi adalah

1. Bagaimana seragam perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan?
2. Bagaimana seragam perusahaan dapat meningkatkan komitmen karyawan terhadap perusahaan?
3. Bagaimana seragam perusahaan dapat meningkatkan kepuasan karyawan terhadap perusahaan?

METODE PENELITIAN

Penelitian yang penulis lakukan menggunakan paradigma konstruktivisme dengan pendekatan kualitatif dan metodologi studi kasus. Sugiyono (2014) mengungkapkan bahwa metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis.

Pendekatan metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam penelitian kualitatif peneliti ada instrumen kunci. Penelitian komunikasi atau

public relation dengan metode kualitatif dalam penelitian tidak menggunakan ilmu statistik, melainkan menggunakan rumusan 5W + 1H (*Who, What, When, Where, Why dan How*).

What (data dan fakta yang dihasilkan dari penelitian), *how* (bagaimana proses data itu berlangsung), *who* (siapa saja yang bisa menjadi informan kunci dalam penelitian), *where* (dimana sumber informasi penelitian ini bisa digali atau ditemukan), dan *when* (kapan sumber informasi itu bisa ditemukan); dan yang paling penting dicermati dalam penelitian dengan metode kualitatif adalah *why* (analisis lebih dalam atau penafsiran/interpretasi lebih dalam ada apa dibalik fakta dan data hasil penelitian itu, mengapa bisa terjadi seperti itu). *Why* (mengapa) memberikan pemahaman lebih dalam dari hasil penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif mengutamakan makna, makna yang diungkap berdasarkan pada persepsi orang mengenai suatu peristiwa. Melalui pendekatan kualitatif diharapkan dapat menghasilkan uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu setting atau konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh komprehensif dan holistik.

Studi yang digunakan oleh penulis dalam penelitian adalah studi kasus. Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail dan, komprehensif. Studi kasus bisa dilakukan terhadap individu atau terhadap kelompok. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, berbagai variable ditelaah dan ditelusuri, kemungkinan hubungan antarvariable yang ada. Sebuah studi kasus (case study) memberikan deskripsi tentang individu. Individu ini biasanya adalah orang, tapi biasa juga sebuah tempat seperti perusahaan, sekolah, dan lingkungan sekitar.

Penelitian studi kasus ini berfokus kepada peran seragam perusahaan dalam membentuk identitas perusahaan. Dalam pemaparan hasil akhir dari metode penelitian ini merupakan deskripsi detail dari topik yang diteliti mengenai hubungan penggunaan media, pesan dan iklan. Dengan pemaparan detail diharapkan dapat membantu dalam memahami makna, intepretasi, hingga perspektif baru dari hasil penelitian yang berangkat dari fakta dan data lapangan, kemudian disimpulkan kedalam konsep.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Michael (2000: 173) mengatakan, "Seragam merupakan seperangkat pakaian standar yang dikenakan oleh anggota suatu organisasi sewaktu berpartisipasi dalam aktifitas organisasi tersebut. Seragam memberikan pengaruh positif bagi pemakainya karena dapat memperiengkapi seseorang dengan kharisma, percaya diri dan pengakuan". Pendapat lain dari Fussell (2002: 74) menyatakan, "Tujuan dari seragam adalah menghubungkan pemakai dengan suatu komunitas khusus dengan tujuan umum secara tersirat dan simbolik. Selain itu, pendapat Hersch (1993: 92) mengatakan, "Seragam yang dipakai karyawan selain menggambarkan dirinya pribadi, juga tempat kerja yang diwakilinya. Selanjutnya Michael (2002: 102) mengatakan seragam dapat menyampaikan pesan pada seseorang. Seragam mengingatkan orang akan tanggung jawab suatu pekerjaan dan memberikan keyakinan untuk mendapat bantuan dari orang yang tepat. Di samping itu seragam dapat mengidentifikasikan seseorang sebagai anggota suatu kelompok maupun organisasi. Seragam sepatutnya dipilih dan dibuat dengan tepat agar dapat menimbulkan rasa senang dan nyaman pemakai. Mengutip pendapat Michael (2002: 173) Seragam dikatakan tepat jika:

- Merupakan paduan sesuai antara gaya dan tema properti
- Merefleksikan tingkat formalitas organisasi
- Disesuaikan dengan ciri pekerjaan
- Nyaman dipakai (bahan dan kesesuaian ukuran)
- Menarik dan dapat menyanjung karyawan (gaya dan warna)
- Mudah untuk ditambahkan dengan aksesoris
- Mudah dirawat

Menurut Nelson dan Bowen (2000 : 88, "Seragam harus fungsional agar efektif. Lebih lagi, karyawan terbaik dapat memberikan saran mengenai rancangan seragam yang fungsional. Karyawan dapat memberitahu perancang mengenai ukuran kantong harus cukup besar untuk buku catatannya, serta memberikan informasi mengenai apakah kain bagian dalam terasa gatal ketika bergesekan dengan kulit. Kemudian, apakah potongan celana panjangnya membatasi gerakan; dan berbagai informasi lain yang mungkin terabaikan. Sebagai bagian seragam, alas kaki juga memiliki tantangan fungsionalnya sendiri, sepatu harus terasa nyaman ketika dikenakan karyawan selama bekerja.

Dasar teori penggunaan seragam adalah konsep identifikasi eksternal dan status dan akuntabilitas, melalui simbol-simbol yang dapat diobservasi. Konsep identifikasi eksternal ini diterapkan dengan cara membedakan karyawan dari tamu. Idealnya, petunjuk non-verbal yang diberikan seragam dapat meningkatkan kemampuan organisasi untuk melayani tamu. Rafaeli dan Pratt (1993: 32-55) mengatakan pakaian dapat mengarahkan sikap karyawan untuk lebih konsisten dengan tujuan dan standar perilaku organisasi.

Pakaian seragam merupakan salah satu seperangkat simbol yang menjadi identitas para pemakainya. Seragam menjadi suatu kebutuhan dasar bagi setiap perusahaan, bisa dibayangkan pegawai yang tidak mengenakan seragam, tentu saja manajemen akan sulit mengelola karyawan yang sedang bekerja, terutama jika tidak ada perbedaan antara pakaian yang dikenakan oleh karyawan dengan pakaian yang dikenakan para pengunjung atau klien. Ini menjadikan seragam sebagai identitas karyawan. Sehingga memudahkan bagi masyarakat dan klien untuk mengetahui identitas karyawan tersebut dan memberikan kebanggaan bagi para karyawan terhadap perusahaan tempatnya bekerja. Di era modern seperti sekarang ini pakaian kerja merupakan salah satu alat untuk menunjang pelaksanaan pekerjaan sehingga pakaian kerja harus mewujudkan pekerjaan yang memakainya meliputi kondisi keselamatan, vitalitas, performansi dan citranya sehingga terjaga penuh yang akhirnya berdampak pada peningkatan produktivitas kerja. Pakaian kerja pun merupakan bagian dari media Perusahaan dalam membangun dan mempertahankan citra Perusahaan sehingga Perusahaan berkewajiban menjaga kualitas pakaian kerja yang dikenakan karyawan

Oakwell (2005: 16), mengatakan "*Uniforms show that the company is investing in its staff, so they in turn will give something back*". Seragam merupakan investasi perusahaan pada karyawan untuk mendapatkan sesuatu kembali dari karyawannya. Umumnya seragam merupakan komponen penting untuk membangun identitas merek dari sebuah perusahaan salah satunya perusahaan media. Mengingat saat ini ada banyak sekali jumlah perusahaan media massa di Indonesia. Para jurnalis yang ditugaskan untuk sebuah peliputan, mereka butuh identitas. Lebih-lebih jika tugasnya di kawasan yang tingkat kegawatannya tinggi. Seragam dinilai penting untuk membedakan identitas profesi, institusi, dan eksistensi. Seragam juga memengaruhi sikap karyawan dan kemampuan mereka dalam bertemu dengan klien, misalnya saat reporter melakukan reportase dan mewawancarai narasumber, atau ketika tim marketing bertemu dengan klien atau juga penyiar yang mewawancarai narasumbernya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat

Michael (2002: 23) mengenai seragam, "*Thus in the eyes of the customer, your personal appearance and the service you provide represents the image the client has of the company. How you dress and present yourself can affect your effectiveness, your profitability ...*" .

Terlepas apapun alasan perusahaan, tetapi pada umumnya ada efek psikologis tertentu yang dirasakan karyawan dengan aturan penggunaan seragam. Seragam itu bisa membuat orang lebih percaya diri dan bisa membuat orang merasa bangga dengan statusnya, tetapi juga bisa sebaliknya. Kita bisa membangun pemikiran dan kesadaran mengenai hubungan antara seragam kerja dengan sikap kerja yang nantinya akan berimbas pada kualitas kinerja, baik pribadi dan organisasi serta kontribusi nyata keberadaan perusahaan tersebut bagi masyarakat.

Seragam kerja bisa dipakai sebagai jalan / jembatan menuju *Esposued Values*, entah melalui peraturan atau perumusan standar operasi (SOP) atau melalui makna di balik lambangnya. Kemudian membangun *character building* dengan mengangkat potensi kekuatan dan kepercayaan diri perusahaan yang bernilai strategis untuk menambah semangat kinerja bersama sehingga menimbulkan rasa kebersamaan yang pada akhirnya dapat mengangkat kepercayaan klien dan menciptakan rasa bangga bagi pemakainya pada perusahaan dengan demikian perusahaan akan lebih diuntungkan.

Seragam perusahaan dapat meningkatkan kinerja karyawan

Seragam adalah seperangkat pakaian yang digunakan untuk berorganisasi untuk melakukan kegiatan dari orang tersebut. Seragam dapat memberikan dan mengingatkan seseorang akan tugas dan tanggung jawab yang diberikan untuk dikerjakan. Seragam juga dapat mengidentifikasi seseorang dan kelompoknya.

Perasaan rendah diri biasanya terjadi terhadap pengguna seragam kantor dari suatu perusahaan biasa-biasa saja. Pengaruh penggunaan seragam tersebut menimbulkan perasaan seseorang dalam memakai seragam, efek dominonya memengaruhi kinerja karyawan di sebuah perusahaan. Umumnya terjadi pada karyawan-karyawan muda dan lingkungan sosial karyawan tersebut. Seragam kerja juga dapat memiliki efek yang kuat terhadap kinerja karyawan. Ketika mengenakan seragam perusahaan, karyawan cenderung merasa komitmen yang kuat untuk majikan mereka dan pekerjaan. Karyawan biasanya menghubungkan kinerja mereka pada pekerjaan dengan perusahaan mereka. Bahkan ketika mereka tidak bekerja, karyawan yang

mengenakan seragam di masyarakat lebih cenderung menjadi sadar akan perilaku mereka saat mewakili perusahaan mereka.

Di radio RASE FM, Seragam wajib dipakai oleh seluruh karyawan RASE FM mulai dari tingkat manajemen hingga office boy. Baik itu saat bertugas diluar ruangan maupun saat berada di kantor. Hampir semua karyawan RASE merasa semangat saat mengenakan seragam, mereka mengatakan bahwa seragam selalu mereka pakai saat dari berangkat kerja hingga sampai pulang ke rumah. Bagi karyawan, Seragam dapat menambah motivasi kerja karyawan, karena pekerjaan yang mereka lakukan akan membawa nama baik perusahaan. Seragam juga dapat menunjukkan identitas perusahaan, maka sebagai karyawan yang bekerja di bidang media, mereka akan selalu diingatkan oleh seragam yang mereka gunakan untuk menyampaikan informasi dengan jujur dan akurat. Demikian pula saat, karyawan yang harus bekerja di luar lapangan seperti reporter, marketing dan off air, mereka tetap menggunakan seragam perusahaan, karena bagi karyawan, seragam RASE memiliki citra yang bagus di mata publik yaitu radio swasta terbesar di Bandung yang sangat peduli pada pelestarian lingkungan.

Seragam perusahaan dapat meningkatkan komitmen karyawan terhadap perusahaan

Rafaeli (1993: 175-211) menyatakan pakaian bertindak sebagai penguat yang membantu menghubungkan skema sikap kognitif. Mengenakan seragam dan masuk ke dalam peran tertentu dapat membantu karyawan merepresentasikan organisasi dan melayani konsumen. Ketika mengenakan seragam perusahaan, karyawan cenderung merasa komitmen yang kuat untuk majikan mereka dan pekerjaan. Karyawan biasanya menghubungkan kinerja mereka pada pekerjaan dengan perusahaan mereka. Bahkan ketika mereka tidak bekerja, karyawan yang mengenakan seragam di masyarakat lebih cenderung menjadi sadar akan perilaku mereka saat mewakili perusahaan mereka. Michael (2002: 102) mengatakan seragam dapat menyampaikan pesan pada seseorang.

Seragam mengingatkan orang akan tanggung jawab suatu pekerjaan dan memberikan keyakinan untuk mendapat bantuan dari orang yang tepat. Di samping itu seragam dapat mengidentifikasi seseorang sebagai anggota suatu kelompok maupun organisasi. Memakai seragam perusahaan bisa menjadi salah satu solusi agar kesetaraan itu tercipta. Karena sudah tidak zaman lagi di sebuah perusahaan memiliki strata-strata tertentu bak kerajaan. Semestinya sebuah perusahaan itu menjadikan setiap komponen yang ada di perusahaan tersebut sama-sama

penting, bahkan seorang OB sekalipun. Dengan menggunakan seragam kerja, setiap karyawan memiliki perasaan setara dengan karyawan lainnya, sehingga mereka menjadi lebih fokus pada komitmen terhadap perusahaan untuk melaksanakan tugas sebaik-baiknya. Sehingga seragam juga dapat memberikan dan mengingatkan seseorang akan tugas dan tanggung jawab yang diberikan untuk dikerjakan.

Seragam perusahaan dapat meningkatkan kepuasan karyawan terhadap perusahaan

Salah satu manfaat yang paling sering dicatat seragam kerja adalah kesadaran merek pada masyarakat akan meningkat karena adanya paparan dari seragam karyawan. Ketika pelanggan datang ke tempat kerja, mereka melihat seragam yang dikenakan misalnya warna maupun logo. Sebagian besar masyarakat Bandung sudah mengetahui bahwa, seragam hijau adalah seragam dari Radio RASE FM. Sebuah seragam yang memiliki kualitas baik juga dapat memperkuat citra kualitas merek. Namun itu bagi perusahaan, bagi karyawan ada kepuasan yang akan dirasakan saat ia memakai seragam. Seragam dapat memberikan pengaruh positif bagi yang menggunakannya diantaranya adalah dapat memberikan karisma, percaya diri dan kemampuan.

Pada umumnya ada efek psikologis tertentu yang dirasakan karyawan dengan aturan penggunaan seragam. Seragam itu bisa membuat orang lebih pede, tetapi juga bisa sebaliknya. Sebagian ada yang merasa bangga dengan seragam yang digunakan, juga ada yang merasa minder. Disatu sisi perasaan bangga muncul ketika menggunakan seragam kantor jika dia bekerja pada sebuah perusahaan terkenal dan bonafit. Sangatlah wajar jika karyawan merasa bangga, karena telah mampu berkarir di suatu perusahaan dan membuktikan loyalitasnya dengan menggunakan seragam perusahaan tersebut. Bila seorang karyawan semakin bangga dengan seragam yang dipakai, maka kinerjanya juga akan semakin bagus. Michael (2002: 173) mengatakan, "Seragam merupakan seperangkat pakaian standar yang dikenakan oleh anggota suatu organisasi sewaktu berpartisipasi dalam aktifitas organisasi tersebut. Seragam memberikan pengaruh positif bagi pemakainya karena dapat memperlengkapi seseorang dengan kharisma, percaya diri dan pengakuan".

KESIMPULAN

Penggunaan seragam menjadi strategi yang dilakukan perusahaan untuk menanamkan perasaan bangga (arti dan nilai perusahaan) pada karyawan yang menggunakan seragam. Bila seorang karyawan semakin bangga dengan seragam yang dipakai, maka kinerjanya juga akan semakin bagus. Seragam dapat Meningkatkan kerja sama tim dalam membangun budaya organisasi sehingga muncul komitmen pada diri setiap karyawan untuk memajukan perusahaan. Karyawan memiliki perasaan cukup kuat terhadap seragam yang dikenakan, sehingga mereka mendapatkan pengaruh positif dari seragam yaitu kepuasan dalam bekerja yang merujuk pada sikap positif karyawan terhadap pekerjaannya. Seseorang dengan tingkat kepuasan kerja tinggi menunjukkan sikap positif terhadap kerja itu.

Peneliti menyarankan pada setiap perusahaan media massa yang mewajibkan karyawan untuk memakai seragam agar seragam harus nyaman ketika digunakan. Seragam yang tidak nyaman bisa sangat mengganggu karyawan. Karena mereka akan merasa frustrasi mengenakan seragam yang membatasi gerakan, baik karena desain buruk atau bahan tidak cocok. Hal tersebut bisa menimbulkan masalah sikap kerja pada karyawan. Selanjutnya, setiap perusahaan hendaknya memperhatikan aspek penampilan dalam seragam, mulai dari warna dan bentuk. Seragam yang tidak mempertimbangkan aspek penampilan setiap tingkatan karyawan, meninggalkan kesan mendalam mengenai organisasi dalam diri pemakainya. Karyawan sebaiknya dapat memberikan saran mengenai rancangan seragam yang fungsional. Misal, Karyawan dapat memberitahu perancang, kain bagian dalam terasa gatal ketika bergesekan dengan kulit. Kemudian, apakah potongan celana panjangnya membatasi gerakan dan berbagai informasi lain yang mungkin terabaikan yang dapat membatasi kerja karyawan. Seragam sepatutnya dipilih dan dibuat dengan tepat agar dapat menimbulkan rasa senang dan nyaman pemakai.

DAFTAR PUSTAKA

- Fussell, P. (2002). *Uniforms: Why We Are What We Wear*. Publishers Weekly, 249,74.
- Hersch, V. (1993). *You Are What You Wear*. Journal of Restaurant and Business, 92.
- Michael, A. (2002). *Best Impressions in Hospitality : Your Professional Image For Excellence*. New York : Delmar Thomson Learning.
- Nelson, K. & Bowen, J. (2000). *The Effect of Employee Uniforms on Employee Satisfaction*. Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly, 41. 86-95.
- Oakwell, N. (2005). *Stylish Staff Uniforms*, Journal of Caterer & Hotelkeeper, 194,16.
- Rafaeli, A. (1993). *Dress and Behavior of Customer-contact Employees: A Framework for Analysis*. Advances in Services Marketing and Management, 2,175-211.
- Robbins, S.P.(2005). *Perilaku Organisasi*. (Alih Bahasa Pujaatmaka, H, Molan, B). New Jersey : Pearson Education Asia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.