KÊTÊG
Jurnal Pengetahuan, Pemikiran dan Kajian Tentang Bunyi
Vol. 21, No. 2, November 2021, hal. 132-143
ISSN 1412-2065, eISSN 2714-6367
https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/keteg

JINGLE TRANSFORMASI PEGADAIAN (STUDI TENTANG PERAN MUSIK DALAM PEMBENTUKAN BUDAYA PERUSAHAAN PT. PEGADAIAN)

Harimas Jati Wikananta
Pascasarjana ISI Surakarta
Institut Seni Indonesia Surakarta
Jl. Ki Hadjar Dewantara No 19 Kentingan, Jebres, Surakarta (57126), Jawa Tengah, Indonesia
Jati.wikananta@gmail.com

Ananto Sabdo Aji*
Jurusan Karawitan,
Institut Seni Indonesia Surakarta,
Jl. Ki Hadjar Dewantara No 19 Kentingan, Jebres, Surakarta (57126), Jawa Tengah, Indonesia
anantosabdoaji@yahoo.com

Purwa Askanta
Jurusan Karawitan,
Institut Seni Indonesia Surakarta,
Jl. Ki Hadjar Dewantara No 19 Kentingan, Jebres, Surakarta (57126), Jawa Tengah, Indonesia
askanta@isi-ska.ac.id

dikirim 25 Agustus 2021; diterima 28 Februari 2022; diterbitkan 01 Maret 2022

Abstrak

Jingle Transformasi Pegadaian merupakan judul jingle yang digunakan sebagai salah satu *tools* transformasi pada PT. Pegadaian (Persero). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya daya pada jingle guna mendukung proses transformasi pegadaian. Metode campuran atau *mixed method* yang melibatkan metode etnografi dan metode kuantitatif digunakan untuk mengkaji fenomena ini. Wawancara mendalam serta pengolahan data *random sampling* kepada 390 karyawan di seluruh unit kerja dilakukan sebagai sumber data penelitian. Proses pembuatan jingle, dan unsur-unsur yang ada pada jingle, antara lain : 1) aransemen, 2) genre, 3) lirik, 4) timbre dan vokal diulas dan dipahami sebagai bentuk interpretasi dari proses transformasi yang dilakukan pegadaian. Pesan-pesan terkait transformasi yang termuat di dalam lirik jingle, disepakati, dikonstruksikan, dan digunakan sebagai penegas proses transformasi oleh seluruh karyawan. Proses internalisasi jingle dilakukan dengan cara memutarkan jingle secara terus menerus di seluruh unit kerja pada kegiatan korporasi, baik yang bersifat rutin maupun insidental. Hasil penelitian yang telah dilakukan ini menunjukkan bahwa jingle yang diputar secara terus-menerus memiliki daya yang berpengaruh pada respon emosional karyawan, antara lain : rasa bersemangat, kesadaran terhadap proses transformasi, perasaan bangga, dan rasa memiliki atau *sense of belonging*.

Kata Kunci: Transformasi, Jingle, Daya, *Sense of Belonging*

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0

Abstract

"Jingle Transformasi Pegadaian" is the title of a song that was employed as one of many transformation tools in PT Pegadaian (Persero). This study aims to determine the existence of "power" that helped the transformation process in PT Pegadaian (persero). To study the phenomenon this research applies mixed methods research design, which consists of ethnographic and quantitative methods. The research data were derived from in-depth interviews and random sampling questionnaire which was distributed to 390 employees in all work units. The process of jingle composing and the elements in the jingle, such as arrangement, genre, lyrics, and vocals were reviewed and perceived as an interpretation of the transformation process that happened in PT Pegadaian (Persero). Messages related to transformation that is contained in the jingle's lyrics were accepted, and used as an affirmation of the transformation process by all employees. The jingle internalization process is carried out by playing it continuously in all work units' corporate activities, both routinely and incidentally. The result of this research shows that by playing the jingle continuously forms a "power" that affects the emotional response of employees, and evoke positive reactions, such as: a sense of enthusiasm, awareness of the transformation process, sense of pride, and sense of belonging.
Keywords: *Transformation, Jingle, Power, Sense of Belonging*

* Penulis Korespondensi

Pendahuluan

Penelitian ini mengambil fokus pada daya yang terdapat pada jingle di lingkungan PT. Pegadaian (Persero) yang disebut dengan Jingle Transformasi Pegadaian (JTP). Jingle, yang seterusnya saya sebut dengan istilah JTP ini merupakan salah satu media atau *tools* yang muncul dalam proses transofrmasi pegadaian. Melalui studi etnografis, penelitian ini akan menunjukkan tentang adanya daya atau *power* yang dimiliki oleh musik dalam membentuk *sense of belonging* dari para karyawan PT. Pegadaian (Persero).

Mengenal PT. Pegadaian (Persero), ia merupakan Badan Usaha Milik Negara atau BUMN yang bergerak dalam usaha pergadaian dan telah berusia 119 Tahun. Usaha pergadaian mulanya dimonopoli oleh pegadaian, akan tetapi hal ini berubah setelah OJK mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2018 yang memeperbolehkan dilakukannya usaha pergadaian selain PT. Pegadaian (Persero). Usaha transformasi pegadaian dilakukan sebagai bentuk adaptasi perusahaan terhadap iklim usaha pergadaian saat ini. Strategi bisnis dan strategi budaya menjadi hal yang turut ditransformasikan.

Transformasi strategi budaya pada pegadaian meliputi perubahan *corporate culture* atau budaya kerja. Secara umum, nilai budaya kerja pegadaian mengalami beberapa kali perubahan, diantaranya adalah : Intan pada tahun 2014 hingga 2018 (1), G-Values pada tahun 2018 hingga 2020 (2), dan Akhlak 2020 hingga saat ini (3). Perubahan dalam konteks nilai budaya kerja ini bersifat mandatori atau wajib. Nilai nilai budaya ini pada dasarnya baik, karena menyesuaiakan dengan kondisi bisnis dan target perusahaan pada rentang waktu tertentu. Proses internalisasi atau penanaman nilai-nilai budaya yang dilakukan juga beragam antara lain tekstual, visual, hingga menggunakan pendekatan auditoris atau dengan musik. Musik memiliki fungsi untuk mengkomunikasikan pesan-pesan yang berkaitan dengan emosional (Fridell 2009).

Langkah internalisasi budaya kepada karyawan ini memerlukan *tools,* salah satunya adalah jingle. Jingle ini diputarkan secara terus menerus kepada seluruh karyawan di semua unit kerja. Pemilihan jingle sebagai tools ini didasarkan pada simpilisitas, rasa nyaman, dan tingkat kemudahan penerimaan atau *transferable,* apabila dibandingkan dengan pendekatan tekstual. Jingle merupakan musik sederhana yang terkait dengan produk atau jasa, mengandung pesan-pesan sederhana, dan bila digunakan secara tepat dapat memunculkan identitas suatu produk (Keller 2013). Kemampuan jingle dalam mereproduksi visual sebuah produk, dan mempengaruhi suasana hati pendengar ini merupakan hal yang menarik.

Daya atau *power* yang terdapat pada jingle dalam mempengaruhi respon emosional menjadikan jingle sebagai salah satu bentuk dari musik dipilih dan digunakan sebagai salah satu *tools untuk mendukung proses* transformasi yang dilakukan oleh PT. Pegadaian (Persero). Berkaitan

dengan hal tersebut, bagaimana daya atau *power* yang ada dalam jingle mampu menginternalisasi nilai-nilai budaya, menumbuhkan semangat kerja, dan membangun *sense of belonging* akan dibahas melalui sudut pandang ilmu Antropologi.

Metode

Jingle yang berjudul Jingle Transformasi Pegadaian ini akan dikaji menggunakan *Mixed Methods* atau metode campuran yang menggabungkan dua metode, yaitu Kualitatif dan Kuantitatif. Metodologi campuran menggabungkan metode kualitatif (naratif) dan kuantitatif (numerik) serta analisisnya (Tashakkori and Teddlie 2008).

1. Kualitatif

Metode kualitatif yang digunakan dalam Penelitian ini adalah metode penelitian Etnografi yang menggunakan langkah observasi serta wawancara mendalam**.** Metode observasi lebih mengutamakan situasi yang wajar atau natural (Idrus 2009). Selanjutnya dilakukan metode wawancara mendalam atau *depth interview* bersamaan dengan dengan metode observasi partisipatoris yang kemudian hasilnya dianalisis sebagai sumber penulisan.

2. Kuantitatif

Populasi ketika Penelitian ini dilakukan, karyawan Perusahaan seluruhnya berjumlah 14.257 Orang yang selanjutnya dilakukan perhitungan sample menggunakan metode *random sampling*. Penghitungan sampel penelitian pada karyawan di PT. Pegadaian (Persero) ini menggunakan rumus *simplified formula* dari (Yamane 1967). Perhitungan dibawah ini menggunakan *level of precision* sebesar 5% atau 0,05 yang memiliki tingkat kepercayaan sebesar 95% dan didapatkan hasil sample sebanyak 390 orang. Penelitian ini melibatkan dua variable utama, yaitu (1) Jingle Transformasi Pegadaian sebagai variable pengaruh, dan (2) *sense of belonging* sebagai variable terpengaruh. Selanjutnya dua variable ini dioperasionalkan sebagai berikut :

Tabel 1.1 Definisi Operasional Variable
(Sumber: Jati, Agustus 2021)

No	Variable	Dimensi	Sub Dimensi
1	Jingle	Transferable	Pemahaman makna dan maksud jingle
			Pemahaman transformasi
2	*Sense of belonging*	Respon emosional	Peningkatan semangat kerja, produktifitas, peningkatan kinerja
			Keterikatan karyawan

Pembahasan

A. Sejarah dan Langkah Transformasi Pegadaian

Sebagai salah satu perusahaan tertua di bidang pergadaian, tentu PT. Pegadaian (Persero) memiliki sejarah yang cukup panjang, yang bisa dirunut ke belakang pada masa VOC di Indonesia. Lembaga yang pinjaman uang dengan jaminan barang bergerak ini mulai beroperasi pada tahun 1746 dengan sebutan *Bank Van Leening,* berfungsi sebagai lembagai gadai dan sebagai wessel bank, kepemilikan perusahaan ini adalah 2/3 modal milik VOC, dan 1/3 modal milik swasta, baru pada tahun 1749 seluruh modal menjadi milik pemerintah (Badrulzaman 1994). Lalu secara sah Pemerintah mendirikan satu satunya usaha pergadaian yang legal dengan nama Pegadaian di Sukabumi, Jawa Barat pada tahun 1901.

Kesan pegadaian sebagai perusahaan yang tua muncul bukan hanya karena umur dari perusahaan ini yang sudah lebih dari satu abad, tetapi juga citra yang terbangun sejak lama mengenai usaha gadai. Telah lekat dalam pandangan masyarakat pegadaian merupakan usaha yang diperuntukkan bagi orang-orang dari kelas bawah. Munculnya stigma negatif pada istilah gadai ini berkaitan dengan anggapan bahwa berhutang adalah suatu hal lekat dengan kemiskinan.

Pada tahun 2016 Otoritas Jasa Keuangan atau OJK secara resmi mengeluarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 31/POJK.05/2016 tentang Usaha Pergadaian. Hal ini menyebabkan munculnya usaha-usaha pergadaian oleh kalangan pengusaha swasta, dan juga perbankan yang menjadikan gadai sebagai salah satu pilihan pelayanan mereka. Lalu pada tahun 2018 PT. Pegadaian (Persero) memulai langkah transformasi yang merupakan bentuk adaptasi dengan iklim bisnis gadai terkini dengan melakukan penyesuaian strategi bisnis dan strategi budaya.

Penyesuaian strategi budaya meliputi langkah perubahan *corporate culture* pegadaian. *Corporate culture* dipahami sebagai memori organisasi yang merupakan hasil pembelajaran organisasi, termuat dalam dalam aturan, peran, intruksi, pengetahuan, rutinitas, nilai, dan sikap (Walsh and Ungson 1991). Memori-memori tadi selanjutnya diwujudkan dalam bentuk aturan, panduan, serta pengetahuan serta visi dan misi dari perusahaan.

Perubahan *corporate culture* pegadaian mengubah juga proses internalisasi atau penanaman nilai nilai budaya ini kepada karyawan. Pendekatan yang dilakukan oleh pegadaian untuk menanamkan atau menginternalisasikan dapat dipahami sebagai berikut :

Tabel 2.1 Internalisasi Budaya Perusahaan
(Sumber: Jati, Agustus 2021)

No	Budaya Perusahaan	Tahun	Internalisasi
	INTAN	2014 - 2018	Tekstual
	G-VALUES	2018 - 2020	Tekstual, Visual, Auditori
	AKHLAK	2020	Tekstual, Visual, Auditori

Nilai-nilai budaya ini memiliki sifat yang dinamis, dan disesuaikan dengan iklim bisnis terkini dan berperan sebagai panduan terkait cara berperilaku, bersikap, bagi seluruh karyawan. Salah satu *tools* internalisasi budaya dan *tools* transformasi yang digunakan pegadaian mulai tahun 2018 adalah musik. Jingle sebagai salah satu *tools* transformasi pegadaian ini disebut dengan nama Jingle Transformasi Pegadaian atau disebut juga dengan istilah JTP yang hingga saa ini masih terus diperdengarkan secara rutin kepada seluruh karyawan PT. Pegadaian (Persero).

B. **Jingle Untuk Membangun Budaya Perusahaan**

Proses transformasi merupakan proses yang cukup kompleks sehingga dibutuhkan *tools* yang mampu mendukung berjalannya proses transformasi. *Tools* transformasi yang telah diluncurkan oleh PT. Pegadaian (Persero) salah satu diantaranya adalah jingle. Jingle sebagai *tools* transformasi diputarkan secara berkelanjutan baik secara rutin maupun insidental, yang diharapkan akan memberikan dampak emosional, peningkatan semangat kerja, serta pemahaman terkait peran dalam proses transformasi. Kemampuan jingle sebagai *tools* transformasi pegadaian ini tidak dapat dilepaskan dari beberapa aspek, yaitu : aransemen, genre, lirik, timbre dan vokal. Hal-hal tersebut secara rinci akan dijelaskan sebagai berikut :

1) Aransemen

Pada jingle pegadaian, terdapat dua versi aransemen yaitu : versi Popi Armiadi (1), dan versi Ronald Steven (2). Kedua aransemen ini cukup berbeda, aransemen versi Popi Armiadi dapat dikatakan lebih sederhana apabila dibandingkan dengan versi Ronald Steven. Aransemen berkaitan dengan suara atau instrumen sebagai bahasa yang digunakan pikiran atau emosi komposer, yang bertujuan untuk membuat apa yang tertulis menjadi satu bahasa musikal (Grove 1954).

Perbedaan yang paling menonjol pada kedua aransemen ini ada pada instrumen drum. Penekanan pada drum pada aransemen versi Ronald Steven ini paling nampak terlihat pada awal lagu dan sebelum memasuki bagian reffrain. Proses ini merupakan

sebuah respon atas pengaruh, baik internal maupun eksternal sehingga mengalami perubahan dari bentuk sebelumnya (Antoniades 1992; Prasetyo 2019).

Tabel 3.2 Perbedaan Jingle Pada Bagian Reffrain
(Sumber: Jati, Agustus 2021)

Versi Popi Armiadi	Versi Ronald Steven

Melalui transkrip notasi di atas, terlihat perbedaan drum sebelum memasuki bagian reffrain pada jingle versi Popi Armiadi dan versi Ronald Steven. Aransemen versi Popi Armiadi Drum simple up beat didukung ritme bass, dj, gitar dan piano sesekali mengisi. Berbeda dengan aransemen versi Ronald Steven ketukan drum lebih ditonjolkan, ritme drum lebih dinamis, dan terdapat beberapa kali perubahan ritme drum dan bass. Melalui penekanan instrumen drum pada Jingle Transformasi Pegadaian versi Ronald Steven ini tercipta suasana yang lebih bersemangat yang disesuaikan dengan harapan dari jajaran direksi PT. Pegadaian (Persero).

Secara musikal, kedua aransemen ini memiliki perbedaan yang cukup mendasar. Perbedaan ini terdapat pada bagian birama, instrumen yang digunakan, progresi chord, serta modulasi. Perbedaan ini secara terperinci dapat terepresentasi melalui tabel berikut

Tabel 3.2 Perbedaan Musikal Jingle
(Sumber: Jati, Agustus 2021)

Keterangan	Sebelum Aransemen	Sesudah Aransemen
Jumlah Birama	60 Birama	72 Birama
Instrumen	Vokal, drum, bass, gitar elektrik, loop dj	Vokal, drum, bass, 2 gitar elektrik, loop dj
Progresi Chord	A-D-F#m-E	A-D-F#m-E modulasi B-E-G#m-F#
Nada Dasar	A = Do	A=Do – modulasi ke B=Do

ui tabel di atas dapat dipahami bahwa, jingle versi Popi Armiadi memiliki pola ritme up beat yang lebih stabil dengan progresi chord yang sama dari awal hingga akhir. Pada jingle versi pertama ini tidak ada perubahan chord yang signifikan, instrumen yang digunakan

cenderung lebih sedikit. Kesan pertama pendengar ketika mendengarkan jingle versi pertama ini adalah musik yang sederhana dan cukup mudah dimengerti.

2) Genre

Genre yang digunakan Jingle Transformasi Pegadaian termasuk dalam genre hip-hop, baik pada versi sebelum aransemen maupun setelah dilakukan aransemen. Popi Armiadi sebagai pencipta lagu menginterpretasikan jingle sebagai tools transformasi kedalam rnah musik hip hop yang dianggap dapat menciptakan semangat kerja dan bersifat lintas generasi. Interpretasi musik dapat didefinisikan sebagai pilihan pribadi musisi yang di dasarkan pada pertimbangan serta refleksi yang dilakukan (Fridell 2009).

Genre hip-hop yang ada pada jingle ini merepresentasikan semangat, dan fleksibilitas. Genre musik Hip Hop merupakan dunia dengan satu pusat, tidak ada sub-pusat seperti musik rock, serta musisi Hip Hop dengan bebas dan kreatif menggabungkan genre yang termasuk dalam batasan musik yaitu Hip Hop, Rap, dan R&B, dan Hip-hop mampu merepresentasikan suatu komunitas (Toynbee 2016). Fleksibilitas dalam genre musik Hip Hop memudahkan pendengar dalam memahami pesan-pesan yang terkandung di dalamnya, dan menghilangkan batasan-batasan yang dimungkinkan akan timbul seperti usia, dan preferensi musik.

3) Lirik

Jingle Transformasi Pegadaian memuat lirik yang tidak dapat dilepaskan dari tujuan transformasi PT. Pegadaian (Persero). Lirik merupakan kata-kata atau kalimat yang mengungkapkan, menceritakan, atau menggambarkan sesuatu yang dipadukan dengan notasi dan akhirnya menjadi lagu dan mampu menciptakan pengalaman tertentu, dan mempengaruhi ingatan jangka panjang mereka (Margulis 2013).

Lirik yang digunakan dalam jingle ini dapat digolongkan kedalam berbentuk deklaratif. Bentuk lirik yang deklaratif dapat ditandai dengan adanya maksud atau tujuan tertentu yang ingin disampaikan. Lirik pada jingle pegadaian ini terdiri dari 7 bait yang tersusun dari 5 baris kalimat, akan tetapi terdapat bagian rap yang memiliki susunan berbeda. Bagian rap pada jingle ini terdiri dari 11 baris kalimat, dan pada akhir lagu terdapat penekanan kata-kata bersama pegadaian.

Terdapat dua versi lirik jingle, yang pertama merupakan versi awal sebelum dilakukan aransemen dan versi kedua adalah lirik setelah dilakukan aransemen. Lirik pada versi kedua terdiri dari lebih banyak baris kalimat, dan memuat pesan pesan terkait proses, serta harapan dari transformasi pegadaian.

Tabel 3. Perbandingan Lirik Jingle Transformasi Pegadaian
(Sumber: Jati, Agustus 2021)

Sebelum	Sesudah
(Rap) Rapatkan barisan melangkah satu tujuan Membuka pikiran menatap masa depan Pegadaian tumbuh dengan suasana baru Kita melangkah maju dalam segala hal yang baru	(Rap) Rapatkan barisan melangkah satu tujuan Membuka pikiran menatap masa depan Satukan potensi untuk membangun sinergi Bersama kita bertransformasi Berani mengejar mimpi dengan semangat yang hakiki Berinovasi dan raih prestasi Pegadaian tumbuh dengan suasana baru Kita melangkah maju menuju cakrawala baru

Lirik jingle yang dapat dikategorikan deklaratif ini merepresentasikan ajakan kepada pendengar dengan cara mengulang kata atau kalimat yang sama. Pengulangan ini bertujuan untuk menegaskan pesan tertentu, antara lain adalah dibutuhkan kerjasama antara seluruh karyawan pegadaian dalam mewujudkan tujuan transformasi. Musik Rap memiliki kekuatan pada irama dan repetisi (pengulangan), dikarenakan semua kata dan ritme yang berulang itu maka tercipta ingatan yang baik pada pendengar dan membentuk kesadaran kolektif (Savitri and Rahman 2016).

4) Timbre Vokal

Timbre terkait dengan pengalaman indrawi serta memori manusia, berkaitan dengan bagaimana kita mengenali sumber dan arti dari suatu suara (McLachlan 2016). Timbre dipahami sebagai kesepakatan bersama, termasuk dalam hal vokal yang mampu menciptakan rasa bersemangat. Karakter suara yang dimiliki oleh Dandy Mikes sebagai pelantun Jingle Transformasi Pegadaian ini secara auditori diterima pendengar dengan kesan suara serak, tegas, dan bersemangat. Persyaratan yang bersifat non teknis adalah berupa sikap pembawaan dan penampilan secara pisik, serta sesuatu yang tidak bisa dipelajari namun merupakan salah satu aspek yang sangat menentukan, yakni warna suara (Budiarti, 2019; Aji, 2020). Suara ini di asosiasikan sebagai suara yang dapat menggambarkan generasi milenial dan menciptakan rasa semangat pendengarnya.

Aransemen, genre, lirik, timbre serta vokal menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dari jingle. Aspek-aspek inilah yang membuat jingle sebagai *tools* transformasi menjadi sebuah hal yang memiliki daya atau kekuatan dalam mempengaruhi aspek emosional karyawan. Pemahaman terkait daya atau *power* didasarkan pada pendapat Geertz tentang kemampuan sebuah objek untuk mempengaruhi individu ataupun kolektif, dalam hal ini adalah jingle sebagai *tools* transformasi. Daya atau kekuatan berkaitan dengan aspek simbolis, termasuk bagaimana mengekspresikan emosi suasana hati, sentimen, gairah, kasih sayang, serta perasaan (Geertz 1992). Hal ini serupa dengan kebudayaan sebagai bagian dari kearifan hidup (Sutiyono, 2013; Yatimin, 2020). Dapat dipahami bahwa daya berkaitan dengan bagaimana individu atau kolektif dapat merasakan emosi, perubahan suasana hati, dan respon-respon emosional lain sebagai hasil dari interaksi terhadap sebuah objek, tidak terkecuali pada jingle.

C. **Transformasi Pegadaian**

Dalam mewujudkan pemahaman karyawan terkait makna dan perannya dalam proses transformasi perlu dilakukan langkah internalisasi. Langkah internalisasi yang dilakukan pegadaian antara lain dalah melakukan pemutaran jingle sebagai *tools* transformasi secara berkelanjutan. Pemutaran ini dilakukan secara rutin pada kegiatan harian, dan secara insidental seperti pada kegiatan rapat kerja, workshop, satau pelatihan.

Pemutaran jingle secara berkelanjutan ini mempengaruhi aspek emosional karyawan, dan pada tahap inilah *sense of belonging* dirasakan oleh karyawan pegadaian. Respon emosi yang timbul dalam aktivitas mendengarkan musik berkaitan dengan aspek psikologis, proses ekspresif, serta perubahan perilaku (Maruszewski, Jasielska, and Szczygieł 2015). Perubahan perilaku sebagai hasil dari aktivitas mendengarkan musik searah dengan tujuan Perusahaan menciptakan Jingle Transformasi Pegadaian sebagai *tools* dari *corporate culture* dan transformasi.

Tabel 4.3 Kemampuan jingle dalam mempengaruhi karyawan
(Sumber: Jati, Agustus 2021)

Kategori	Jumlah	Prosentase
Jingle memberikan pengaruh	352	90,3%
Jingle tidak memberikan pengaruh	38	9,7%
Total	390	100.0

Berkaitan dengan kemampuan jingle dalam mempengaruhi karyawan, pengaruh ini dapat diperinci sebagai : pengaruh dalam semangat kerja, produktifitas, dan peningkatan kerja karyawan mayoritas dari karyawan menyatakan terdapat pengaruh dari jingle sebagai *tools*

transformasi. Perasaan yang timbul pada karyawan ini secara umum dapat dipahami juga sebagai bentuk *sense of belonging* karyawan.

Perubahan perilaku ini tidak dapat dilepaskan dari proses pemutaran jingle secara berkelanjutan. Transformasi sebagai proses yang diagendakan dapat tercapai dalam waktu kurang lebih 5 tahun, hingga saat ini dapat dikatakan masih dalam tahap pelaksanaan. Tercapainya pemahaman terkait jingle transformasi di seluruh karyawan merupakan salah satu indikator telah berjalannya transformasi sesuai dengan harapan perusahaan. *Sense of belonging* yang pada prosesnya terbentuk dalam diri karyawan saat mendengarkan jingle transformasi Pegadaian ini menjadi hal yang positif dan searah dengan tujuan transformasi PT. Pegadaian (Persero).

Kesimpulan

Kemampuan musik dalam mempengaruhi emosi, suasana hati, serta memuat pesan kepada pendengarnya menjadi dasar digunakannya jingle sebagai salah satu tools dari transformasi. Jingle sebagai tools transformasi tidak dapat menyampaikan makna secara insidental, artinya dibutuhkan waktu dalam menanamkan makna jingle kepada karyawan agar pesan transformasi tersampaikan dengan baik. Oleh karena itu, pemutaran Jingle Transformasi Pegadaian ini dilakukan secara berkelanjutan pada setiap kegiatan korporasi dalam rentang waktu 2 Tahun.

Melalui pengulangan ini ikatan emosional pada karyawan terbentuk. Dapat dikatakan bahwa hampir seluruh karyawan yang mendengarkan jingle telah merasakan semangat transformasi, dan merasakan adanya *sense of belonging* atau rasa memiliki terhadap perusahaan. Tercapainya target-target transformasi yang ditandai dengan peningkatan skor pada survey internal maupun eksternal serta diperolehnya penghargaan-penghargaan selama proses transformasi berlangsung menjadi bukti bahwa transformasi pegadaian berjalan. Berjalannya transformasi ini menjadi indikator bahwa tools transformasi, termasuk jingle tersampaikan dengan baik.

Sense of belonging ini dipahami sebagai hasil dari proses panjang pemutaran Jingle Transformasi Pegadaian yang dilakukan guna mendukung proses transformasi. Rasa memiliki ini terepresentasi dengan peningkatan skor engagement karyawan. Pesan-pesan yang termuat dalam jingle dapat dipahami oleh karyawan, dan diwujudkan melalui tercapainya pemahaman terhadap makna dari jingle transformasi pegadaian. Oleh karena itu dipahami bahwa, daya yang ada dalam musik dapat mempengaruhi dan mampu mempengaruhi aspek emosional salah satunya adalah *sense of belonging dari* individu maupun kolektif, dalam hal ini adalah Karyawan PT. Pegadaian

(Persero). Daya dari musik ini bersal dari lirik, genre, dan pemutaran jingle secara berkelanjutan pada karyawan PT. Pegadaian (Persero).

Daftar Pustaka

Aji, Ananto Sabdo. (2020). Skema *Mandhêg* dalam Struktur Gending Gaya Surakarta. *Keteg : Jurnal Pengetahuan, Pemikiran dan Kajian Tentang "Bunyi," 20*(1).

Antoniades, A. C. 1992. *Poetics of Archi-Tecture: Theory of Design*. New York: Van Nostrand Reinhold.

Badrulzaman, Mariam Darus. 1994. *Aneka Hukum Bisnis*. Alumni.

Budiarti, M. (2019). Kreativitas Suryati Dalam Menyajikan Cengkok Sindhenan Banyumasan. *Keteg : Jurnal Pengetahuan, Pemikiran dan Kajian Tentang "Bunyi," 19*(2).

Fridell, Ingemar. 2009. *Talk on Musical Interpretation – Visual Tools for Perceived Dynamics and Points of Gravity*. Vol. 13. Lund University.

Geertz, Clifford. 1992. *Tafsir Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.

Grove, JS. 1954. "The Cryptorchid Problem." *The Journal of Urology* 71 (6): 735–41.

Idrus, M. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta: PT. Gelora Akasara Pratama.

Keller, K L. 2013. *Strategic Brand Management*. 4th ed. New Jersey: Prentice Hall.

Margulis, Elizabeth Hellmuth. 2013. "Repetition and Emotive Communication in Music versus Speech." *Frontiers in Psychology* 4: 167.

Maruszewski, Tomasz, Aleksandra Jasielska, and Dorota Szczygieł. 2015. "Emotions as Individual and Social Phenomena: Seeking New Answers to Old Questions." *Polish Psychological Bulletin* 46 (3): 320–25.

McLachlan, Neil M. 2016. "Timbre, Pitch, and Music."

Prasetyo, heri, dan Salim, Muhammad Nur. 2019. "Transformasi Garap Gending Cucur Bawuk Ke Dalam Musik Campursari Kelompok Balisa". *Keteg : Jurnal Pengetahuan, Pemikiran dan Kajian Tentang "Bunyi," 19*(2).

Savitri, Dyan Elviyana, and Indah Fadhillah Rahman. 2016. "He Use of Rap Music To Improve Students'vocabulary Mastery At The First Grade Students Of Smpn 2 Papalang Mamuju Regency." *ETERNAL (English, Teaching, Learning, and Research Journal)* 2 (2): 269–85.

Sutiyono. (2013). *Poros Kebudayaan Jawa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tashakkori, Abbas, and Charles Teddlie. 2008. "Introduction to Mixed Method and Mixed Model Studies in the Social and Behavioral Sciences." *The Mixed Methods Reader*, 7–26.

Toynbee, Jason. 2016. *Making Popular Music: Musicians, Creativity and Institutions*. Bloomsbury Publishing.

Walsh, James P, and Gerardo Rivera Ungson. 1991. "Organizational Memory." *Academy of Management Review* 16 (1): 57–91.

Yamane, Taro. 1967. "Statistics: An Introductory Analysis."

Yatimin, Santosa. 2020. "Pamethuk Pari: Ekspresi Musikal Ritual Pethik Pari di Desa Sumber Sari Banyuwangi Jawa Timur". *Keteg : Jurnal Pengetahuan, Pemikiran dan Kajian Tentang "Bunyi," 20*(1).