

**PENGARUH PESAN MORAL, BUDAYA ORGANISASI, KARAKTER
UNTUK MEMOTIVASI MENJADI *ENTREPRENEURSHIP*
(STUDI KASUS SERIAL DRAMA *ITAEWON CLASS*)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh:

Anas Martinus

Nim 18120117

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anas Martinus
NIM : 18120117
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : Pengaruh Pesan Moral, Budaya Organisasi, Karakter Untuk
Memotivasi Menjadi *Entrepreneurship* (Studi Kasus Serial
Drama *Itaewon Class*)
Disetujui dan disahkan :
Hari : Kamis
Tanggal : 30 Desember 2021

Pembimbing

Heny Kurnianingsih, S.E., M.M.

NIDN.1615037501

Mengetahui,

Kepala Program Studi S1 Manajemen



Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.BA

NIDN.0610119201

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Anas Martinus
NIM : 18.12.0117
Program Studi : SI Manajemen
Judul : PENGARUH PESAN MORAL, BUDAYA ORGANISASI, KARAKTER UNTUK MEMOTIVASI MENJADI *ENTREPRENEURSHIP* (STUDI KASUS SERIAL DRAMA *ITAEWON CLASS*)

Skripsi ini telah diuji, disetujui dan disahkan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Pada Hari : Kamis

Tanggal : 18 Agustus 2022

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua :

1. Heny Kurnianingsih, S.E., M.M.

(.....)

Anggota :

2. Ginanjar Rahmawan, S.E., M.M., M.H.

(.....)

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta



Dr. Budi Istiyanto, S.E., M.M., M.H.

NIDN. [0625127401](#)

Pernyataan Keaslian Skripsi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH PESAN MORAL, BUDAYA ORGANISASI, KARAKTER UNTUK
MEMOTIVASI MENJADI *ENTREPRENEURSHIP*
(STUDI KASUS SERIAL DRAMA *ITAEWON CLASS*)**

tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 18 Agustus 2022

Pembuat Pernyataan



Anas Martinus

MOTTO

”Rahasia untuk maju adalah memulai”

~Mark Twain~

“Perjalanan seribu mil dimulai dengan satu langkah”

~Lao Tzu~

“Jangan terlalu ambil hati dengan ucapan seseorang, kadang manusia punya mulut tapi belum tentu punya pikiran”

~Albert Einsten~

“Jangan pergi mengikuti kemana jalan akan berujung, buatlah jalanmu sendiri dan tinggalkanlah jejak”

~Ralp Waldo Emerson~

“Karena masa depan sungguh ada, dan harapanmu tidak akan hilang”

~Amsal 23:18~

“Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai”

~Muamar Nur Kholid~

“Proses sama pentingnya dibandingkan hasil, hasilnya nihil tak apa yang penting sebuah proses telah dicanangkan dan dilaksanakan”

~Sujiwo Tejo~

PERSEMBAHAN

Karya Ilmiah sederhana ini saya persembahkan kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus karena atas kasih dan anugerahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di STIE Surakarta.
2. Bapak Sukirno dan Ibu Maria Theresia Pranawa Dewi kedua orang tua saya tercinta yang tidak pernah putus memberikan doa dan support kepada saya dalam segala langkah yang saya tempuh hingga menyelesaikan pendidikan sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
3. Kakak-kakak saya Awang, Aris, Anis dan Keluarga besar saya yang selalu memberikan doa, support dan selalu siap sedia membantu menjadi semangat tersendiri dalam hidup saya.
4. Anas Martinus yakni diri saya sendiri, tidak mudah sampai di titik ini menyelesaikan karya ilmiah ini dengan segala rasa senang, sedih, sakit, tangis dan letih menjadi pembuktian doa, niat dan usaha pasti membuahkan hasil.
5. Ruth Natalia tersayang yang tak hentinya selalu memberikan cinta, doa dan support kepada saya.
6. Nita Andriani, Muhammad Bayu, Ayu Septy Ardani, Cindy Rosita, Monica Rahma, Mawar Putri, dan teman – teman sekelas R2 Manajemen C yang selalu support dan menjadi saksi perjalanan meraih gelar Sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat terselesaikan karya ilmiah Skripsi ini yang berjudul “ **Pengaruh Pesan Moral, Budaya Organisasi, Karakter Untuk Memotivasi Menjadi *Entrepreneurship* (Studi Kasus Serial Drama *Itaewon Class*)**” Tujuan dari penyusunan Karya Ilmiah guna memenuhi syarat – syarat memperoleh gelar sarjana Strata 1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung karya ilmiah skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dalam pembuatan karya ilmiah skripsi, yaitu kepada :

1. Dr. Budi Istiyanto, S.E., MM., MH selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.
2. Tri Ratna Pamikatsih, S.E., M.B.A. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta
3. Heny Kurnianingsih, S.E.,M.M. selaku Pembimbing yang telah membimbing dengan sabar dan sangat baik memberi petunjuk dan mengarahkan dalam pengerjaan karya ilmiah skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan banyak membantu selama menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta.

Semoga semua bantuan dan kebaikan yang diberikan kepada penulis mendapat imbalan pahala dari Tuhan YME. Penulis menyadari bahwa penyusunan karya ilmiah skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan waktu dan

pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan guna sempurnanya karya ilmiah skripsi ini.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca pada umumnya dan penulis khususnya.

Sukoharjo, 18 Agustus 2022

Penulis

Anas Martinus

**PENGARUH PESAN MORAL, BUDAYA ORGANISASI, KARAKTER
UNTUK MEMOTIVASI MENJADI *ENTREPRENEURSHIP*
(STUDI KASUS SERIAL DRAMA *ITAEWON CLASS*)**

ANAS MARTINUS

18.20.117

ABSTRAK

Drama Korea yang berjudul "Itaewon Class" merupakan drama TV yang layak untuk ditonton. Drama ini menceritakan tentang sekelompok anak muda yang keras kepala dan pemberani yang berusaha bangkit dari dunia yang mereka anggap tidak adil. Dunia itu adalah blok di Itaewon, Seoul, tempat mereka membuka bisnis makanan. Lakon ini terdapat pesan moral, budaya organisasi dan karakter yang baik bagi penonton.

Secara langsung terdapat pengaruh signifikan Pesan Moral(X1) terhadap *Entrepreneurship*(Y). Secara langsung terdapat pengaruh signifikan Budaya Organisasi(X2) terhadap *Entrepreneurship*(Y). Secara langsung tidak terdapat pengaruh signifikan Karakter(X3) terhadap *Entrepreneurship*(Y). Secara langsung terdapat pengaruh signifikan Motivasi(Z) terhadap *Entrepreneurship*(Y).

Dilihat dari tabel 15 dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,762 yang artinya pengaruh variable X1, X2, X3 dan Z terhadap Y adalah sebesar 76,2 % sementara sisanya 23,8 % merupakan kontribusi dari variable-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian,

Kata kunci : Pesan Moral, Budaya Organisasi, Karakter, Motivasi dan Entrepreneurship.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Teoritis	6
2. Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teoritis	7
1. Pesan Moral	7
2. Budaya Organisasi	8
3. Karakter	9
4. Motivasi	10
5. Entrepreneurship	11
B. Penelitian Terdahulu	14
C. Kerangka Pikir	18

	D. Hipotesis	19
BAB III	METODE PENELITIAN	24
	A. Obyek Penelitian	24
	B. Jenis dan Sumber Data	24
	1. Jenis Penelitian.....	24
	2. Data Primer	24
	3. Data Sekunder	24
	C. Populasi dan Sampel	25
	1. Populasi	25
	2. Sampel	25
	D. Tempat dan Waktu	26
	1. Tempat	26
	2. Waktu	26
	E. Metode Pengumpulan Data	26
	1. Kusioner	26
	2. Studi Pustaka	26
	F. Definisi Operasional Variabel	26
	G. Metode Analisis Data	28
	1. Uji Instrumen Data	28
	a. Uji Validitas	28
	b. Uji Reliabilitas	28
	2. Uji Asumsi Klasik	29
	a. Uji Normalitas	29
	b. Uji Multikolinearitas	29
	c. Uji Heteroskedastisitas	29
	3. Uji Hipotesis	30
	a. Analisis Jalur (Path Analysis)	30
	b. Uji Parsial (uji t)	30
	c. Uji Koefisien Determinan (R ²)	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
	A. Deskripsi Responden	32
	B. Analisis Data	33
	1. Uji Instrumen Data	33

	a. Uji Validitas	33
	b. Uji Reliabilitas	35
	2. Uji Asumsi Klasik	36
	a. Uji Normalitas	38
	b. Uji Multikolinieritas	37
	c. Uji Heteroskedastisitas	39
	3. Uji Hipotesis	40
	a. Analisis Jalur (path anal	40
	b. Uji t (Uji Signifikansi Parsial)	41
	c. Uji Koefisien Determinan (R ²)	42
	C. Pembahasan	44
BAB V	PENUTUP	47
	A. KESIMPULAN	47
	B. SARAN	48
	DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Kerangka Pemikiran	18
Gambar 2. Model struktur I	43
Gambar 3. Model struktur II	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 3. Deskripsi Responden	32
Tabel 4. Uji Validitas	34
Tabel 5. Uji Reabilitas	36
Tabel 6. Uji Normalitas Dependent variable Z	36
Tabel 7. Uji Normalitas Dependent variable Y	37
Tabel 8. Uji Multikolinieritas Dependent variable Z	38
Tabel 9. Uji Multikolinieritas Dependent variable Y	38
Tabel 10. Uji Heteroskedastisitas Dependent variable Z	39
Tabel 11. Uji Heteroskedastisitas Dependent variable Y.....	39
Tabel 12. Regresi Model I	40
Tabel 13. Regresi Model II	41
Tabel 14. Koefisien Determinasi Dependent variable Z.....	42
Tabel 15. Koefisien Determinasi Dependent variable Y.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kusioner Penelitian	52
Lampiran 2 Data Mentah Kusioner	56
Lampiran 3 Hasil Analisis	77

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Media massa merupakan alat komunikasi yang dibuat oleh manusia, yang dapat dengan lebih mudah menyampaikan informasi, pesan atau berita kepada banyak orang. Medianya sangat beragam, salah satunya adalah film. Menurut Aryad (2003) film merupakan kumpulan dari beberapa gambar yang berada didalam frame, dimana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar itu menjadi hidup. Jadi film adalah sebuah video langsung atau yang biasa dikenal dengan sebutan movie, yang alur ceritanya dapat diambil dari kisah nyata atau novel, kemudian menarik minat dengan cara yang dapat ditonton oleh banyak orang.

Korea Selatan adalah contoh perluasan budaya populer melalui bentuk hiburan ini. Proses penyebaran budaya Korea ke seluruh belahan dunia disebut Hallyu, yang merupakan nama budaya pop Korea yang tersebar di berbagai negara di dunia. Menurut Okirianti (2011) hallyu mendorong masyarakat penerima untuk belajar bahasa Korea dan kebudayaan Korea. Hal ini terbukti dengan banyaknya penggemar mulai dari penggemar Korean drama dan Korean music.

Drama Korea adalah drama TV Korea dalam bentuk miniseri yang diproduksi dalam bahasa Korea. Menurut Hong (2014) drama korea atau K-drama mengacu pada drama televisi di Korea dalam format miniseri yang diproduksi dalam bahasa Korea.

Menonton drama Korea tentunya memiliki dampak positif dan negatif, tergantung dari bijak atau tidaknya penonton menyikapi film tersebut. Salah satu dampak positifnya adalah penonton dapat termotivasi melalui pesan yang terdapat pada film tersebut dan salah satu dampak negatifnya adalah membuat penonton lupa waktu dan malas beraktivitas.

Salah satu drama Korea yang berjudul "Itaewon Class" merupakan drama TV yang layak untuk ditonton. Drama ini menceritakan tentang sekelompok anak muda yang keras kepala dan pemberani yang berusaha bangkit dari dunia yang mereka anggap tidak adil. Dunia itu adalah blok di Itaewon, Seoul, tempat mereka membuka bisnis makanan. Lakon ini terdapat pesan moral, budaya organisasi dan karakter yang baik bagi penonton.

Menurut Laswell pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator (Effendy,1984). Menurut Effendy pesan adalah suatu komponen dalam proses komunikasi berupa panduan dari pikiran dan perasaan seseorang yang sedang menggunakan lambang bahasa atau lambanglainnya disampaikan kepada orang lain (Effendy,1993)

Menurut Suseno (1987) kata moral selalu mengacu pada baik-buruknya manusia sebagai manusia. Sehingga apabila ada seseorang yang dikatakan tidak bermoral, maka yang dimaksud dengan perkataan ini adalah perbuatan orang tersebut dianggap melanggar nilai-nilai dan norma-norma etis yang berlaku dalam kehidupan suatu masyarakat atau suatu komunitas Rini Darmastuti (2007). Memberikan penilaian atas perbuatan dapat disebut memberikan penilaian etis atau moral (Burhanuddin Salam, 2000).

Jenis atau wujud pesan moral yang terdapat dalam karya sastra akan bergantung pada keyakinan, keinginan, dan interest pengarang atau pencipta bersangkutan (Nurgiyantoro, 2002). Menurut Burhan Nurgiyantoro (2002) mengatakan bahwa sebagian besar persoalan hidup manusia itu menyangkut nilai-nilai seperti nilai budaya, nilai agama, nilai kepahlawanan dan nilai moral. Jadi secara umum pesan moral adalah pesan yang diperoleh dari suatu peristiwa, pengalaman seseorang, atau film yang dapat memberikan pelajaran hidup bagi penonton atau orang lain.

Menurut Rivai dan Mulyadi (2012) menyatakan bahwa budaya organisasi adalah suatu kerangka kerja yang menjadi pedoman tingkah laku sehari-hari dan

membuat keputusan untuk karyawan dan mengarahkan tindakan mereka untuk mencapai tujuan organisasi. Budaya organisasi merupakan nilai-nilai yang dikembangkan dalam suatu organisasi, dimana nilai-nilai tersebut digunakan untuk mengarahkan perilaku para karyawan (Rizky, 2014).

Menurut Maith (2015), budaya organisasi membuat suatu organisasi untuk berhasil dan menjadi lebih stabil, lebih maju, lebih antisipatif terhadap perubahan lingkungan. Menurut Drucker dalam Tika (2013), budaya organisasi adalah pokok penyelesaian masalah-masalah eksternal dan internal yang pelaksanaannya dilakukan secara konsisten oleh suatu kelompok yang diwariskan kepada anggota-anggota baru sebagai cara yang tepat untuk memahami, memikirkan dan merasakan terhadap masalah-masalah yang terkait.

Tidak sedikit manfaat dari budaya dalam organisasi ini tentunya memberikan kontribusi yang baik bagi terciptanya suatu tujuan perusahaan atau organisasi secara menyeluruh (Yusuf, 2017). Budaya organisasi harus memiliki pengaruh positif baik bagi individu anggota organisasi maupun organisasi dalam rangka pencapaian visi dan misi serta tujuan organisasi.

Menurut Samani (2012) berpendapat bahwa karakter adalah cara berfikir dan berperilaku yang khas tiap individu untuk hidup, dan bekerja sama baik dalam lingkungan keluarga, masyarakat, bangsa dan Negara. Secara umum karakter adalah nilai dan perilaku manusia yang khas atau melekat yang mendasari pandangan, pemikiran, dan perilaku dalam lingkungan keluarga atau masyarakat. Karakter dapat dianggap sebagai nilai-nilai perilaku manusia yang berhubungan dengan Tuhan Yang Maha Esa, diri sendiri, sesama manusia, lingkungan, dan kebangsaan yang terwujud dalam pikiran, sikap, perasaan, perkataan, dan perbuatan berdasarkan norma-norma agama, hukum, tata karma, budaya, adat istiadat, dan estetika (Samani & Hariyanto, 2013).

Samani & Hariyanto (2013) mengungkapkan bahwa karakter sebagai nilai dasar yang membangun pribadi seseorang, terbentuk baik karena pengaruh

hereditas maupun pengaruh lingkungan, yang membedakan dengan orang lain, serta diwujudkan dalam sikap dan perilakunya dalam kehidupan sehari-hari. Pendapat senada juga disampaikan oleh (Agus Wibowo, 2012) bahwa karakter adalah cara berpikir dan berperilaku yang menjadi ciri khas tiap individu untuk hidup dan bekerja sama, baik dalam lingkup keluarga, masyarakat, bangsa dan negara.

Menurut Hakim dalam jurnal Siti Suprihatin (2015) menyampaikan bahwa “motivasi adalah suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu”.. Motivasi dapat dilihat sebagai motivasi dari dalam diri subjek untuk melakukan kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan. Menurut Shaleh (2004) beberapa fungsi motivasi adalah untuk mendorong perilaku atau tindakan. Motivasi sebagai suatu kekuatan yang menguatkan perilaku, memberikan arah bertindak dan pemicu untuk tetap terus berusaha (Muhammad Burso 2018).

Motivasi juga berfungsi sebagai mesin, yang artinya motivasi akan berperan sebagai penentu kecepatan suatu pekerjaan, dan motivasi merupakan alat bantu yang harus digunakan untuk mencapai suatu tujuan. Dapat memberi motivasi kepada orang yang sedang belajar, kita hendaknya harus mengetahui dasar dari psikis orang yang sedang belajar (Oemar Hamalik 2015).

Menurut Stephen P. Robbins dan Marry Coulter (2018) mengatakan *entrepreneurship* atau kewirausahaan diartikan sebagai suatu proses yang harus oleh dilalui seorang individu ataupun kelompok yang menggunakan usaha atau bisnis serta media atau sarana yang terstruktur dan terorganisasi untuk mengejar peluang pasar dalam menciptakan suatu *value* yang dapat memenuhi kebutuhannya melalui produk atau layanan yang baru.

Menurut Sunyoto (2013) *entrepreneurship* adalah sikap untuk menciptakan hal-hal baru serta bernilai bagi diri sendiri dan orang lain. Menurut definisi ini, memulai bisnis tidak hanya keuntungan pribadi, tetapi juga memiliki nilai sosial.

Dunia *startup*, peluang adalah peluang untuk merealisasikan atau menjalankan bisnis dengan tetap memperhitungkan risiko yang ada.

Seorang wirausahawan memiliki beberapa ciri, yaitu disiplin bisnis untuk mengatur atau mengendalikan perilakunya untuk mencapai tujuannya, sikap mandiri tidak tergantung pada keputusan yang akan diambil orang lain, sikap realisme terhadap cara berpikir yang sesuai dengan kenyataan, kejujuran dan komitmen yang tinggi. mengarahkan perhatian pikiran pada tugas dan usaha.

Tindakan *entrepreneurship* ini akan selalu berhubungan pada perilaku dan sikap seseorang yang diasumsikan sebagai bentuk dari respon seseorang untuk mengambil suatu keputusan, dimana keputusan tersebut diambil berdasarkan dari pertimbangan seorang individu terhadap peluang yang ada untuk mengambil keuntungan (Rosmiati, Santosa, & Munawar, 2015). Sehingga wirausaha adalah seorang pejuang yang 18 melakukan tindakan - tindakan untuk mencapai tujuan (Sasrawan, 2014).

Kasmir (2011) berpendapat bahwa wirausahawan merupakan seseorang yang memiliki jiwa yang berani menghadapi setiap resiko yang ada dalam membuka bisnis atau usaha Seseorang yang memiliki jiwa yang berani untuk menghadapi atau mengambil resiko artinya memiliki mental yang mandiri serta berani untuk memulai usaha, tanpa ada rasa cemas,takut atau khawatir meskipun sedang berada dalam kondisi yang tidak pasti.

. Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini mengambil judul "Pengaruh Pesan Moral, Budaya Organisasi, Karakter Untuk Memotivasi Menjadi *Entrepreneurship* (Studi Kasus Serial Drama *Itaewon Class*)".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan permasalahannya yaitu:

1. Apakah pesan moral, budaya organisasi dan karakter berpengaruh terhadap motivasi?
2. Apakah pesan moral, budaya organisasi, karakter dan motivasi berpengaruh terhadap *entrepreneurship*?
3. Apakah pesan moral, budaya organisasi, karakter melalui motivasi berpengaruh terhadap *entrepreneurship*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian yaitu:

1. Mengetahui pengaruh pesan moral, budaya organisasi dan karakter terhadap motivasi.
2. Mengetahui pengaruh pesan moral, budaya organisasi, karakter dan motivasi terhadap *entrepreneurship*.
3. Mengetahui pengaruh pesan moral, budaya organisasi, karakter melalui motivasi terhadap *entrepreneurship*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoristik

penelitian ini bermanfaat untuk menambah informasi mengenai serial drama Korea *Itaewon Class* yang didalamnya terdapat pesan moral, budaya organisasi dan karakter supaya termotivasi menjadi *entrpreneurship*.

2. Manfaat praktis

penelitian ini bermanfaat untuk menambah motivasi agar terdorong untuk menjadi *entrpreneurship* dan berani untuk memulai usaha.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teoritis

Teori yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen (1975) dirumuskan untuk mengidentifikasi berbagai komponen yang memprediksi perilaku. Teori ini menawarkan sebuah model proses kognitif yang membawa pada terjadinya keputusan perilaku. Teori ini digunakan untuk memberikan pedoman bagi isi pesan persuasif atau intervensi.

1. Pesan Moral

Pesan merupakan keseluruhan dari apa yang disampaikan komunikator (AW Wijaya, 1986). Secara umum pesan merupakan simbol yang disampaikan oleh seseorang melalui media tertentu dengan harapan bahwa pesan itu akan menimbulkan reaksi dan dimaknai dengan makna tertentu dalam diri orang lain yang akan diajak komunikasi.

Istilah “moral” berasal dari kata “mos/mores” yang berarti kebiasaan. Ia mengacu pada sejumlah ajaran, wejangan, khotbah tentang bagaimana manusia seharusnya hidup dan bertindak agar menjadi manusia yang baik (Soyomukti, 2011). Moral ialah keseluruhan norma yang mengatur tingkah laku manusia didalam masyarakat untuk melaksanakan perbuatan-perbuatan yang baik dan benar. Moral biasanya digunakan untuk memberikan penilaian atau predikat terhadap tingkah laku manusia. Hal ini sejalan dengan Bouman dalam Daroeso (1988) yang mengatakan bahwa moral ialah suatu perbuatan atau tingkah laku manusia yang timbul karena adanya interaksi antara individu-individu didalam masyarakat.

Menurut Suseno,(1987) kata moral selalu mengacu pada baik-buruknya manusia sebagai manusia. Sehingga apabila ada seseorang yang dikatakan tidak bermoral, maka yang dimaksud dengan perkataan ini adalah perbuatan orang tersebut dianggap melanggar nilai-nilai dan norma-norma etis yang

berlaku dalam kehidupan suatu masyarakat atau suatu komunitas (Rini Darmastuti, 2007).

Pesan moral adalah pesan yang berisikan ajaran-ajaran, wejangan-wejangan, lisan maupun tulisan, tentang bagaimana manusia itu harus hidup dan bertindak, agar ia menjadi manusia yang baik. Sumber langsung ajaran moral adalah berbagai orang dalam kedudukan yang berwenang, seperti orang tua, guru, para pemuka masyarakat, serta para orang bijak. Sumber ajaran itu adalah tradisitradisi dan adat istiadat, ajaran agama, atau ideologi tertentu (Franz Magnis Suseno, 1987).

2. Budaya Organisasi

Budaya adalah suatu pola asumsi dasar yang ditemukan dan dikembangkan oleh suatu kelompok tertentu karena mempelajari dan menguasai masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal, yang telah bekerja dengan cukup baik untuk dipertimbangkan secara layak dan karena itu diajarkan pada anggota baru sebagai cara yang dipersepsikan, berfikir dan dirasakan dengan benar dalam hubungan dengan masalah tersebut Schein (Wirawan 2011).

Kata budaya (*Culture*) sebagai suatu konsep berakar dari kajian atau disiplin ilmu Antropologi ; yang oleh Killman . et. Al dalam Nimran (2004) diartikan sebagai Falsafah, ideologi, nila-nilai, anggapan, keyakinan, harapan, sikap dan norma yang dimiliki bersama dan mengikat suatu masyarakat.

Menurut Robbins Achmad Sobirin (2007) organisasi merupakan unit sosial yang sengaja didirikan untuk jangka waktu yang relatif lama, beranggotakan dua orang atau lebih yang bekerja bersama-sama dan terkoordinasi, mempunyai pola kerja tertentu yang terstruktur, dan didirikan untuk mencapai tujuan bersama atau satu tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

Organisasi adalah suatu kelompok orang dalam suatu wadah untuk tujuan bersama. Organisasi pada dasarnya digunakan sebagai tempat atau

wadah dimana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terorganisasi, terpimpin dan terkendali, dalam memanfaatkan sumber daya (uang, material, mesin, metode, lingkungan), sarana-parasarana, data, dan lain sebagainya yang digunakan secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan organisasi.

Cherrington (Acma Sobirin 2007) organisasi adalah sistem sosial yang mempunyai pola kerja yang teratur yang didirikan oleh manusia dan beranggotakan sekelompok manusia dalam rangka untuk mencapai satu set tujuan tertentu.

Menurut Rivai dan Mulyadi (2012) menyatakan bahwa budaya organisasi adalah suatu kerangka kerja yang menjadi pedoman tingkah laku sehari-hari dan membuat keputusan untuk karyawan dan mengarahkan tindakan mereka untuk mencapai tujuan organisasi.

Moeheriono (2012) mengartikan budaya organisasi sebagai pola keyakinan dan nilai-nilai (*values*) organisasi yang dipahami, dijiwai, dan dipraktikkan oleh organisasi sehingga pola tersebut memberikan arti tersendiri dan menjadi dasar aturan berperilaku dalam organisasi

3. Karakter

Kata karakter berasal dari bahasa Yunani yang berarti "*to mark*" (menandai) dan memfokuskan, bagaimana mengaplikasikan nilai kebaikan dalam bentuk tindakan atau tingkah laku. Oleh sebab itu, seseorang yang berperilaku tidak jujur, kejam, atau rakus dikatakan sebagai orang yang berkarakter jelek, sementara seorang yang berperilaku jujur, suka menolong dikatakan sebagai orang yang berkarakter mulia. Jadi istilah karakter erat kaitannya dengan personality (kepribadian) seseorang. Seseorang bisa disebut orang yang berkarakter (*a person of character*) apabila perilakunya sesuai dengan kaidah moral.

Pengertian karakter menurut Pusat Bahasa Depdiknas adalah bawaan, hati, jiwa, kepribadian, budi pekerti, perilaku, personalitas, sifat, tabiat,

temperamen, watak. Adapun yang dimaksud berkarakter adalah berkepribadian, berperilaku, bersifat, bertabiat, dan berwatak. Sebagian menyebutkan karakter sebagai penilaian subjektif terhadap kualitas moral dan mental, sementara yang lainnya menyebutkan karakter sebagai penilaian subjektif terhadap kualitas mental saja, sehingga upaya mengubah atau membentuk karakter hanya berkaitan dengan stimulasi terhadap intelektual seseorang.

Menurut Samani (2012) berpendapat bahwa karakter adalah cara berfikir dan berperilaku yang khas tiap individu untuk hidup, dan bekerja sama baik dalam lingkungan keluarga, masyarakat, bangsa dan Negara. Coon (Zubaedi, 2011) mendefinisikan karakter sebagai suatu penilaian subjektif terhadap kepribadian seseorang yang berkaitan dengan atribut kepribadian yang dapat atau tidak dapat diterima masyarakat.

Secara umum karakter adalah nilai dan perilaku manusia yang khas atau melekat yang mendasari pandangan, pemikiran, dan perilaku dalam lingkungan keluarga atau masyarakat. Zainal dan Sujak (2011) menyatakan karakter mengacu pada serangkaian sikap (*attitudes*), perilaku (*behaviors*), motivasi (*motivation*), dan ketrampilan (*skills*).

4. Motivasi

Menurut Hakim dalam jurnal Siti Suprihatin (2015) menyampaikan bahwa “motivasi adalah suatu dorongan kehendak yang menyebabkan seseorang melakukan suatu perbuatan untuk mencapai tujuan tertentu”.

Menurut Hamzah (2013) menyimpulkan dari beberapa psikolog menyebutkan motivasi sebagai konstruk hipotesis yang digunakan untuk menjelaskan keinginan, arah intensitas, dan keajegan perilaku yang diarahkan oleh tujuan. Motivasi merupakan proses psikologis yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Perilaku hakikatnya merupakan orientasi pada satu tujuan, dengan kata lain perilaku seseorang dirancang untuk mencapai tujuan.

Motivasi adalah proses terbentuknya motif yang menyebabkan seseorang melakukan sebuah aksi (Sharon B. Buchbinder RN & Nancy H. Shanks 2007). Motivasi adalah gabungan dari faktor internal seperti tujuan hidup dan lain-lain dan juga faktor eksternal seperti hadiah dan hukuman. Faktor pembentuk motivasi ini selalu berubah dari waktu ke waktu (OpenStax College 2014).

Berikut ini pendapat Mc. Donald mengenai motivasi yang dikutip oleh Sardiman (2005). Motivasi adalah perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya “feeling” dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Dari pengertian ini mengandung tiga elemen penting, yaitu:

- a. Bahwa motivasi itu mengawali terjadinya perubahan energi pada diri setiap individu manusia. Perkembangan motivasi akan membawa beberapa perubahan energi di dalam sistem “*neurophysiological*” yang ada pada organisme manusia. Karena menyangkut perubahan energi manusia (walaupun motivasi itu muncul dari dalam diri manusia), penampakkannya akan menyangkut kegiatan fisik manusia.
- b. Motivasi ditandai dengan munculnya, rasa/“*feeling*”, afeksi seseorang. Dalam 5 hal ini motivasi relevan dengan persoalan-persoalan kejiwaan, afeksi dan emosi yang dapat menentukan tingkah-laku manusia.
- c. Motivasi akan dirangsang karena adanya tujuan. Jadi motivasi dalam hal ini sebenarnya merupakan respons dari suatu aksi, yakni tujuan. Motivasi memang muncul dari dalam diri manusia, tetapi kemunculannya karena terangsang/ terdorong oleh adanya unsur lain, dalam hal ini adalah tujuan.

5. Entrepreneurship

Secara etimologi, wirausaha berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu wira dan usaha. Wira berarti manusia unggul, teladan, berbudi luhur, berjiwa besar, berani, dan memiliki keagungan watak. Usaha berarti upaya yang dilakukan untuk mendapatkan manfaat atau keuntungan.

Lebih lanjut mengenai wirausaha yang disebut juga sebagai entrepreneurship adalah proses penciptaan sesuatu yang baru (kreasi baru) atau mengadakan suatu perubahan (inovasi) dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan individu dan masyarakat. Sedangkan wirausaha yang disebut juga sebagai entrepreneur adalah orang yang melakukan tindakan tersebut dengan menciptakan suatu gagasan dan merealisasikan gagasan tersebut menjadi kenyataan. Harmaizar Z (2002).

Menurut Stephen P. Robbins dan Marry Coulter (2018) mengatakan *entrepreneurship* atau kewirausahaan diartikan sebagai suatu proses yang harus oleh dilalui seorang individu ataupun kelompok yang menggunakan usaha atau bisnis serta media atau sarana yang terstruktur dan terorganisasi untuk mengejar peluang pasar dalam menciptakan suatu *value* yang dapat memenuhi kebutuhannya melalui produk atau layanan yang baru. Menurut Sunyoto (2013) *entrepreneurship* adalah sikap untuk menciptakan hal-hal baru serta bernilai bagi diri sendiri dan orang lain. Menurut definisi ini, memulai bisnis tidak hanya keuntungan pribadi, tetapi juga memiliki nilai sosial.

Entrepreneurship merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Dari pandangan para ahli dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup.

Entrepreneur adalah seseorang yang dianggap berani menanggung risiko antara supplier (pemasok barang), yaitu petani atau perajin yang barangnya dibeli dengan harga tertentu, untuk dijual kepada konsumen dengan harga yang tidak pasti. Dalam mengejar keuntungan, seorang entrepreneur harus menanggung risiko saat ia menghadapi ketidakpastian

harga pasar. Definisi ini diambil pada zaman ketika roda perekonomian hanya berjalan melalui pertanian dan perdagangan pada masa ekonomi klasik Richard Cantillon (1725).

Eentrepreneur juga seorang leader atau pimpinan yang mengambil inisiatif. Dari sini dipisahkanlah keuntungan sebagai entrepreneur (pengusaha) dan keuntungan sebagai pemilik modal (kapitalis yang tidak aktif) Jean Baptiste Say (1803).

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Penulis dan Tahun	Judul	Variabel X	Variabel Y	Alat Analisis	Hasil
1	Inggrit Febriani Pardede, 2021	Analisis Semionika pesan moral dalam drama korea <i>"Itaewon Class"</i>	Pesan Moral	Penonton	Metode penelitian kualitatif	Hasil penelitian ini menemukan dalam drama tersebut yang menunjukkan adanya pesan moral.
2	Mhd. Daud, Sry Rosita, Agus Solikhin, 2021	Pengaruh Budaya Organisasi Dan Karakteristik Individu Terhadap Motivasi Kerja Dan Dampaknya	Pengaruh Budaya Organisasi Dan Karakteristik Individu	Terhadap Motivasi Kerja Dan Kinerja Pegawai	Metode penelitian kuantitatif	Nilai-Nilai Yang Berkembang Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Indragiri Hilir Riau Dapat Di Terima

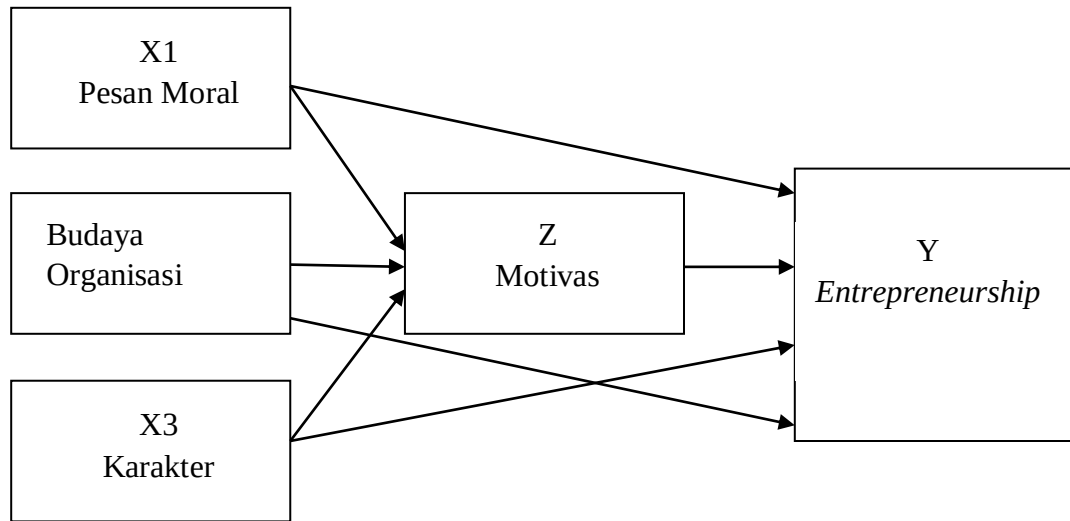
		Terhadap Kinerja Pegawai Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Indragiri Hilir Riau				Dengan Kuat Oleh Pegawainya.
3	Diana, 2019	Pengaruh drama korea terhadap karakter mahasiswa PAI(Univer-sitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)	Drama Korea	Karakter	Metode penelitian kuantitatif	Hasil analisis dalam penelitian ini terdapat pengaruh negative yang signifikan yang suka menonton drama korea terhadap karakter mahasiswa PAI seperti menunda waktu shalat dan menghadapi

						tugas dosen. .
4	Salma Putri Hadiyani 1, Zainal Abidin2, & Wahyu Utamade wi3 2021	Pengaruh Tayangan Drama Korea <i>Itaewon Class</i> Terhadap Motivasi Menjadi <i>Entrepreneurship</i>	Drama Korea <i>Itaewon Class</i>	Motivasi Menjadi <i>Entrepreneurship</i>	Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa isi pesan tayangan drama Korea <i>Itaewon Class</i> berpengaruh signifikan terhadap motivasi menjadi <i>entrepreneurship</i>
5	Ericka Carsaria Hanifa Andrian, 2021	Pengaruh serial korea “Start Up” terhadap minat kewirausahaan di tingkat	Start Up	Kewirausahaan	Metode penelitian kuantitatif	Hasil penelitian berhasil mempengaruhi sebagian besar pemirsanya

		mahasiswa (studi kasus teori kognitif sosial albert bandura)				untuk ikut melakukan wirausaha.
--	--	---	--	--	--	---------------------------------------

C. Kerangka Pikir

Menurut Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa, kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan :

Variabel Independen : Pesan Moral, Budaya Organisasi dan Karakter

Variabel Intervening : Motivasi

Variabel Dependen : *Entrepreneurship*

D. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Karena sifatnya masih sementara, maka perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empirik yang terkumpul.

Hipotesis penelitian:

1. Pengaruh Pesan Moral, Budaya Organisasi dan Karakter terhadap Motivasi

Pesan moral adalah pesan yang berisikan ajaran-ajaran, wejangan-wejangan, lisan maupun tulisan, tentang bagaimana manusia itu harus hidup dan bertindak, agar ia menjadi manusia yang baik. Sumber langsung ajaran moral adalah berbagai orang dalam kedudukan yang berwenang, seperti orang tua, guru, para pemuka masyarakat, serta para orang bijak. Sumber ajaran itu adalah tradisitradisi dan adat istiadat, ajaran agama, atau ideologi tertentu (Franz Magnis Suseno, 1987). Menurut Rivai dan Mulyadi (2012) menyatakan bahwa budaya organisasi adalah suatu kerangka kerja yang menjadi pedoman tingkah laku sehari-hari dan membuat keputusan untuk karyawan dan mengarahkan tindakan mereka untuk mencapai tujuan organisasi. Moeheriono (2012) mengartikan budaya organisasi sebagai pola keyakinan dan nilai-nilai (*values*) organisasi yang dipahami, dijiwai, dan dipraktikkan oleh organisasi sehingga pola tersebut memberikan arti tersendiri dan menjadi dasar aturan berperilaku dalam organisasi. Menurut Samani (2012) berpendapat bahwa karakter adalah cara berfikir dan berperilaku yang khas tiap individu untuk hidup, dan bekerja sama baik dalam lingkungan keluarga, masyarakat, bangsa dan Negara. Coon (Zubaedi, 2011) mendefinisikan karakter sebagai suatu penilaian subjektif terhadap kepribadian seseorang yang berkaitan dengan atribut kepribadian yang dapat atau tidak dapat diterima masyarakat. Secara umum karakter adalah nilai dan perilaku manusia yang khas atau melekat yang mendasari pandangan, pemikiran, dan perilaku dalam lingkungan keluarga atau masyarakat. Zainal

dan Sujak (2011) menyatakan karakter mengacu pada serangkaian sikap (*attitudes*), perilaku (*behaviors*), motivasi (*motivation*), dan ketrampilan (*skills*). Motivasi adalah proses terbentuknya motif yang menyebabkan seseorang melakukan sebuah aksi (Sharon B. Buchbinder RN & Nancy H. Shanks 2007). Motivasi adalah gabungan dari faktor internal seperti tujuan hidup dan lain-lain dan juga faktor eksternal seperti hadiah dan hukuman. Faktor pembentuk motivasi ini selalu berubah dari waktu ke waktu (OpenStax College 2014). Berdasarkan teori dan penelitian – penelitian sebelumnya maka dapat diambil hipotesis :

H1: Pesan Moral, Budaya Organisasi dan Karakter Berpengaruh Positif terhadap Motivasi

2. Pengaruh Pesan Moral, Budaya Organisasi, Karakter dan Motivasi terhadap *Entrepreneurship*

Pesan moral adalah pesan yang berisikan ajaran-ajaran, wejangan-wejangan, lisan maupun tulisan, tentang bagaimana manusia itu harus hidup dan bertindak, agar ia menjadi manusia yang baik. Sumber langsung ajaran moral adalah berbagai orang dalam kedudukan yang berwenang, seperti orang tua, guru, para pemuka masyarakat, serta para orang bijak. Sumber ajaran itu adalah tradisi-tradisi dan adat istiadat, ajaran agama, atau ideologi tertentu (Franz Magnis Suseno, 1987). Menurut Rivai dan Mulyadi (2012) menyatakan bahwa budaya organisasi adalah suatu kerangka kerja yang menjadi pedoman tingkah laku sehari-hari dan membuat keputusan untuk karyawan dan mengarahkan tindakan mereka untuk mencapai tujuan organisasi. Moeheriono (2012) mengartikan budaya organisasi sebagai pola keyakinan dan nilai-nilai (*values*) organisasi yang dipahami, dijiwai, dan dipraktikkan oleh organisasi sehingga pola tersebut memberikan arti tersendiri dan menjadi dasar aturan berperilaku dalam organisasi. Menurut Samani (2012) berpendapat bahwa karakter adalah cara berfikir dan berperilaku yang khas tiap individu untuk hidup, dan bekerja sama baik dalam lingkungan

keluarga, masyarakat, bangsa dan Negara. Coon (Zubaedi, 2011) mendefinisikan karakter sebagai suatu penilaian subjektif terhadap kepribadian seseorang yang berkaitan dengan atribut kepribadian yang dapat atau tidak dapat diterima masyarakat. Secara umum karakter adalah nilai dan perilaku manusia yang khas atau melekat yang mendasari pandangan, pemikiran, dan perilaku dalam lingkungan keluarga atau masyarakat. Zainal dan Sujak (2011) menyatakan karakter mengacu pada serangkaian sikap (*attitudes*), perilaku (*behaviors*), motivasi (*motivation*), dan ketrampilan (*skills*). Motivasi adalah proses terbentuknya motif yang menyebabkan seseorang melakukan sebuah aksi (Sharon B. Buchbinder RN & Nancy H. Shanks 2007). Motivasi adalah gabungan dari faktor internal seperti tujuan hidup dan lain-lain dan juga faktor eksternal seperti hadiah dan hukuman. Faktor pembentuk motivasi ini selalu berubah dari waktu ke waktu (OpenStax College 2014). *Entrepreneurship* merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Dari pandangan para ahli dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah kemampuan dalam berfikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Berdasarkan teori dan penelitian – penelitian sebelumnya maka dapat ambil hipotesis :

**H2: Pesan Moral, Budaya Organisasi, Karakter dan Motivasi
Berpengaruh Positif terhadap *Entrepreneurship***

**3. Pengaruh Pesan Moral, Budaya Organisasi, Karakter dan Motivasi
Melalui *Entrepreneurship***

Pesan moral adalah pesan yang berisikan ajaran-ajaran, wejangan-wejangan, lisan maupun tulisan, tentang bagaimana manusia itu harus hidup dan bertindak, agar ia menjadi manusia yang baik. Sumber langsung ajaran moral adalah berbagai orang dalam kedudukan yang berwenang, seperti orang

tua, guru, para pemuka masyarakat, serta para orang bijak. Sumber ajaran itu adalah tradisi-tradisi dan adat istiadat, ajaran agama, atau ideologi tertentu (Franz Magnis Suseno, 1987). Menurut Rivai dan Mulyadi (2012) menyatakan bahwa budaya organisasi adalah suatu kerangka kerja yang menjadi pedoman tingkah laku sehari-hari dan membuat keputusan untuk karyawan dan mengarahkan tindakan mereka untuk mencapai tujuan organisasi. Moeheriono (2012) mengartikan budaya organisasi sebagai pola keyakinan dan nilai-nilai (*values*) organisasi yang dipahami, dijiwai, dan dipraktikkan oleh organisasi sehingga pola tersebut memberikan arti tersendiri dan menjadi dasar aturan berperilaku dalam organisasi. Menurut Samani (2012) berpendapat bahwa karakter adalah cara berfikir dan berperilaku yang khas tiap individu untuk hidup, dan bekerja sama baik dalam lingkungan keluarga, masyarakat, bangsa dan Negara. Coon (Zubaedi, 2011) mendefinisikan karakter sebagai suatu penilaian subjektif terhadap kepribadian seseorang yang berkaitan dengan atribut kepribadian yang dapat atau tidak dapat diterima masyarakat. Secara umum karakter adalah nilai dan perilaku manusia yang khas atau melekat yang mendasari pandangan, pemikiran, dan perilaku dalam lingkungan keluarga atau masyarakat. Zainal dan Sujak (2011) menyatakan karakter mengacu pada serangkaian sikap (*attitudes*), perilaku (*behaviors*), motivasi (*motivation*), dan ketrampilan (*skills*). Motivasi adalah proses terbentuknya motif yang menyebabkan seseorang melakukan sebuah aksi (Sharon B. Buchbinder RN & Nancy H. Shanks 2007). Motivasi adalah gabungan dari faktor internal seperti tujuan hidup dan lain-lain dan juga faktor eksternal seperti hadiah dan hukuman. Faktor pembentuk motivasi ini selalu berubah dari waktu ke waktu (OpenStax College 2014). *Entrepreneurship* merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi dan keberanian menghadapi resiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru. Dari pandangan para ahli dapat disimpulkan bahwa *entrepreneurship* adalah kemampuan dalam berfikir

kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan sebagai dasar, sumber daya, tenaga penggerak, tujuan siasat, kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Berdasarkan teori dan penelitian – penelitian sebelumnya maka dapat ambil hipotesis :

**H3: Pesan Moral, Budaya Organisasi dan Karakter Melalui Motivasi
Berpengaruh Positif terhadap *Entrepreneurship***

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengkajian sebelumnya, didapatkan beberapa kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini antara lain :

1. Secara langsung tidak terdapat pengaruh signifikan Pesan Moral(X1) terhadap Motivasi(Z). Secara langsung terdapat pengaruh signifikan Budaya Organisasi(X2) terhadap Motivasi(Z). Secara langsung terdapat pengaruh signifikan Karakter(X3) terhadap Motivasi(Z).
2. Secara langsung terdapat pengaruh signifikan Pesan Moral(X1) terhadap *Entrepreneurship*(Y). Secara langsung terdapat pengaruh signifikan Budaya Organisasi(X2) terhadap *Entrepreneurship*(Y). Secara langsung tidak terdapat pengaruh signifikan Karakter(X3) terhadap *Entrepreneurship*(Y). Secara langsung terdapat pengaruh signifikan Motivasi(Z) terhadap *Entrepreneurship*(Y).
3. Secara tidak langsung Pesan Moral(X1) melalui Motivasi(Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurship*(Y). Secara tidak langsung Budaya Organisasi(X2) melalui Motivasi(Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurship*(Y). Secara tidak langsung Karakter(X3) melalui Motivasi(Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurship*(Y).

B. Saran

Saran yang bisa peneliti berikan antara lain :

1. Karena secara langsung tidak terdapat pengaruh signifikan Pesan Moral(X1) terhadap Motivasi(Z), sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda dengan target sampel yang berbeda. Karena secara langsung terdapat pengaruh signifikan Budaya Organisasi(X2) terhadap Motivasi(Z), sehingga tidak diwajibkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda dengan target sampel yang berbeda. Karena secara langsung terdapat pengaruh signifikan Karakter(X3) terhadap Motivasi(Z), sehingga tidak diwajibkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda dengan target sampel yang berbeda.
2. Karena secara langsung terdapat pengaruh signifikan Pesan Moral(X1) terhadap *Entrepreneurship*(Y), sehingga tidak diwajibkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda dengan target sampel yang berbeda. Karena secara langsung terdapat pengaruh signifikan Budaya Organisasi(X2) terhadap *Entrepreneurship*(Y), sehingga tidak diwajibkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda dengan target sampel yang berbeda. Karena secara langsung tidak terdapat pengaruh signifikan Karakter(X3) terhadap *Entrepreneurship*(Y), sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda dengan target sampel yang berbeda. Karena secara langsung terdapat pengaruh signifikan Motivasi(Z) terhadap *Entrepreneurship*(Y), sehingga tidak diwajibkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda dengan target sampel yang berbeda.
3. Karena secara tidak langsung Pesan Moral(X1) melalui Motivasi(Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurship*(Y), sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda dengan target sampel yang berbeda. Karena secara tidak langsung Budaya Organisasi(X2) melalui Motivasi(Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurship*(Y), sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda

dengan target sampel yang berbeda. Karena secara tidak langsung Karakter(X3) melalui Motivasi(Z) tidak berpengaruh signifikan terhadap *Entrepreneurship*(Y), sehingga diharapkan peneliti selanjutnya dapat dilakukan dilokasi yang berbeda dengan target sampel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- A.W. Widjaja. 1986. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bina Aksara
- Abdul Rahman Saleh, Muhibb Abdul Wahab. 2004. *“Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif ”*. Jakarta : Kencana
- Agus Wibowo. 2012. *Pendidikan Karakter: Strategi Membangun Karakterbangsa Berperadaban*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ano, Rizky Rurniawan, Dkk. 2014. *“Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Deviden Payout Ratio Pada Subsektor Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2009 – 2013”*. Universitas Sam Ratulagi : Jurnal Emba Vol.2 No.3.
- Aqib, Zainal Dan Sujak. 2011. *Panduan Dan Aplikasi Pendidikan Karakter*. Jakarta : Gaung Persada Press.
- Azhar Arsyad. 2003. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- B. Uno, Hamzah. 2013. *Teori Motivasi Dan Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara
- Busro, Muhammad. 2018. *Teori-Teori Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Prenadameidia Group
- Danang, Sunyoto. 2013. *Kewirausahaan Untuk Kesehatan*. Nuha Medika. Yogyakarta.
- Darmastuti, Rini. 2007. *Etika Pr Dan E-Pr*. Yogyakarta: Gava Media.
- Effendy, Onong Uchjana. 1984. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- F. Drucker .2013. *Budaya Organisasi*. Pt. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Hamalik Oemar. 2015. *Kurikulum Dan Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Hong, E. 2014. *The Birth Of Korean Cool*. Australia: Picador
- Kasmir. 2011. *Kewirausahaan – Edisi Revisi*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Moeheriono. 2012. *Pengukuran Kinerja Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Moh. Nazir. 1988. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

- Muchlas, Samani & Hariyanto. 2013. *Konsep Dan Model : Pendidikan Karakter*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2002. *Teori Pengkajian Fiksi*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Okirianti, Karatika Eka. 2011. *Pengaruh Budaya Pop Korea Terhadap Eksistensi Kebudayaan Asli Indonesia Di Kalangan Remaja Kota Tegal*. Karya Ilmiah Remaja.
- Rivai, Veithzal Dan Deddy Mulyadi. 2012. *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi Edisi Ketiga*. Jakarta : Pt. Rajagrafindo Persada.
- Robbins, Stephen P, Marry A, Coulter .2018. *Management, Edisi 14, Global Edition*, Malaysia : Pearson Education.
- Rosmiati, Santosa, D. T., & Munawar. 2015. *Sikap, Motivasi, Dan Minat Berwirausaha Mahasiswa*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan Vol.17, 21-30.
- Salam, Burhanuddin. 2000. *Etika Individu Pola Dasar Filsafat Moral*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Samani, M Dan Hariyanto. 2012. *Konsep Dan Model: Pendidikan Karakter*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta, Cv.
- Suprihatin, Siti. 2015. *Upaya Guru Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa*. *Jurnal Promosi: Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro*. Vol. 3 No.1. Hlm. 75.
- Suseno, Franz Magnis. 1987. *Etika Dasar Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral*. Kanisius. Yogyakarta.
- Yusuf, M. H. H. 2017. *Pengembangan Budaya Organisasi Dalam Lembaga Pendidikan*. Yusuf, Muh. Hidayat H., 14(1), 82–96.
- Zubaedi, 2011. *Desain Pendidikan Karakter : Konsepsi Dan Aplikasinya Dalam Lembaga Pendidikan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Yth.

Responden penonton drama Korea Itaewon Class

Di tempat

Assalamualaikum wr.wb

Dalam rangka penyusunan skripsi guna memenuhi syarat menyelesaikan studi program S1 di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIES) Program studi Manajemen, Saya Anas Martinus sedang mengadakan penelitian tentang **PENGARUH PESAN MORAL, BUDAYA ORGANISASI, KARAKTER UNTUK MEMOTIVASI MENJADI ENTREPRENEURSHIP (STUDI KASUS SERIAL DRAMA ITAEWON CLASS)**.

Demi tercapainya tujuan penelitian ini, maka peneliti memohon ketersediaannya kepada responden untuk mengisi angket kusioner yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas ketersediaannya dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket/kusioner berikut, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Walaikumsalam wr. wb.

Penulis

Anas Martinus

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-laki
3. Usia : ☐ 16 – 20 Tahun ☐ 26 – 30 Tahun
☐ 21 – 25 Tahun ☐ 31 – 35 Tahun
4. Domisili : ☐ Surakarta ☐ Non Surakarta
5. Pernah menonton drama Korea Itaewon Class : ☐ Ya ☐ Tidak

B. Petunjuk Pengisian

1. Pernyataan-pernyataan dibawah ini mohon untuk diisi secara jujur sesuai dengan kenyataan yang ada
2. Pilih salah satu jawaban yang menurut anda sesuai. Berikut terdapat lima pilihan jawaban yang tersedia :
 - a) Sangat Tidak Setuju (STS)
 - b) Tidak Setuju (TS)
 - c) Netral (N)
 - d) Setuju (S)
 - e) Sangat Setuju (SS)

C. Daftar Pernyataan Setiap Variabel

a. Pesan Moral

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Drama Korea Itaewon Class terdapat pesan moral untuk lebih berani menghadapi persaingan dalam berwirausaha					
2.	Drama Korea Itaewon Class terdapat pesan moral untuk lebih bersabar melewati setiap cobaan dalam berwirausaha					
3.	Drama Korea Itaewon Class terdapat pesan moral untuk selalu bersikap jujur baik lisan maupun perbuatan dalam berwirausaha					

b. Budaya Organisasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Drama Korea Itaewon Class terdapat budaya organisasi untuk saling percaya terhadap sesama dalam berwirausaha					
2.	Drama Korea Itaewon Class terdapat budaya organisasi untuk menjunjung tinggi loyalitas antara sesama rekan dalam berwirausaha					
3.	Drama Korea Itaewon Class terdapat budaya organisasi untuk member perasaan saling memiliki satu sama lain sehingga tercipta rasa aman, saling tolong dalam berwirausaha					

c. Karakter

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Drama Korea Itaewon Class terdapat karakter untuk selalu pantang menyerah guna mencapai tujuan dalam berwirausaha					
2.	Drama Korea Itaewon Class terdapat karakter untuk disiplin baik waktu maupun tanggung jawab dalam berwirausaha					
3.	Drama Korea Itaewon Class terdapat karakter untuk selalu bekerja keras agar mencapai kesuksesan dalam berwirausaha					

d. Motivasi

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Drama Korea Itaewon Class memberikan motivasi agar terdorong menjadi wirausaha					
2.	Drama Korea Itaewon Class memberikan motivasi agar memiliki kemauan menjadi wirausaha					
3.	Drama Korea Itaewon Class memberikan motivasi agar bersemangat menjadi wirausaha					

e. Entrepreneurship

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Drama Korea Itaewon Class memberikan contoh agar menjadi wirausaha yang berjiwa kepemimpinan					
2.	Drama Korea Itaewon Class memberikan contoh agar menjadi wirausaha yang siap menanggung resiko					
3.	Drama Korea Itaewon Class memberikan contoh agar menjadi wirausaha yang cerdas mengelola usaha					

Lampiran 2

A. Data Mentah kuesioner

NO	Nama	JenisKelamin	Usia	Domisili	Pernah menonton Drama Korea Itaewon Class
1	Jonny	Laki-laki	16 - 20 Tahun	Surakarta	Ya
2	Ruth Natalia Christ Dewantari	Perempuan	21 - 25 Tahun	Surakarta	Ya
3	Miftachul Chasbulloh	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Non Surakarta	Ya
4	Nita Andriani	Perempuan	21 - 25 Tahun	Surakarta	Ya
5	Zuhri Al Mahdi	Laki-laki	21 - 25 Tahun	Non Surakarta	Ya
6	Kirishima Rinku	Perempuan	16 - 20 Tahun	Non Surakarta	Ya
7	Wawan	Laki-laki	21 - 25	Surakarta	Ya