

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir, Unit Teapen PT TWC menghadapi berbagai tuntutan yang merupakan cikal bakal perubahan. Penelitian ini akan mengulik bagaimana filter organisasional (posisi organisasi di dalam *field*, struktur kuasa, kepemilikan, dan identitas) menentukan respon Unit Teater dan Pentas terhadap berbagai tuntutan yang dihadapinya. Penelitian ini juga akan mendeskripsikan manajemen perubahan dalam pembuatan produk pementasan baru, yang merupakan perubahan paling mencolok yang terjadi di Unit Teapen PT TWC. Penelitian studi kasus ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif. Proses pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara terstruktur, wawancara mendalam, dan *desk research*.

Dalam penelitian ini, filter organisasional (posisi organisasi di dalam *field*, struktur kuasa, kepemilikan, dan identitas) terbukti menjadi determinan respon Unit Teapen terhadap berbagai tuntutan, yang membuat tuntutan ditolak, maupun diwujudkan dan menghasilkan perubahan. Perubahan paling mencolok, yaitu pembuatan produk pementasan baru, dilakukan dalam lima tahapan aktivitas, yaitu 1) studi banding, 2) pembentukan tim produksi dan rencana produksi, 3) sosialisasi dan pengarahan karyawan, 4) proses keproduksian, dan 5) pemasaran.

Kata kunci: tuntutan, kompleksitas institusional, filter organisasional, manajemen perubahan

ABSTRACT

In the last few years, Theatre and Performance Unit (Unit Teapen) of PT TWC have been facing many demands as origins of organizational change. This research aims to probe how the organizational filters (field position, structure, ownership, and identity) will affect the organizational responses. This research will also explain the change management process in the creation of new performance product, a massive change in Unit Teapen. This case study research conducts qualitative-descriptive approach. Data collection techniques used in this research are structured-interview, in-depth interview, and desk research.

The finding proves that organizational filters affect the organizational responses to the demands. The greatest change, creation of new performance product, is held through 5 activities: 1) comparative study visit, 2) formation of production team and production plan, 3) socialization and direction for all workers, 4) production process, and 5) marketing.

Keywords: demand, institutional complexity, organizational filter, change management