

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan bagian terpenting dalam hidup manusia, tanpa adanya komunikasi manusia tidak dapat berinteraksi dengan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhan informasi yang berasal dari dalam maupun luar lingkungannya. Komunikasi juga berfungsi sebagai media bagi pembentukan dan pengembangan pribadi individu melalui kontak sosial dengan sesama manusia baik dalam sebuah organisasi maupun instansi. Dalam suatu organisasi, komunikasi merupakan kebutuhan dasar yang dilakukan oleh para anggotanya untuk melakukan kegiatan sehari-hari demi tercapainya tujuan bersama. Sebuah organisasi memiliki sebuah struktur organisasi yang berisi pimpinan dan bawahan. Pimpinan bertindak sebagai komunikator yang diwajibkan untuk dapat memilih salah satu teknik komunikasi yang sesuai dengan situasi pada waktu komunikasi berjalan. Setiap organisasi atau instansi seperti PT. Retail First Indonesia tentu ada maksud dan tujuan dari dibentuknya organisasi tersebut. Organisasi pada dasarnya dibentuk sebagai tempat beberapa orang berkumpul yang terorganisir serta terencana untuk bekerjasama secara sistematis dan rasional dengan didukung oleh sumber daya yang efektif agar bisa mencapai tujuan dari dibentuknya organisasi itu sendiri. Dalam komunikasi organisasi, aliran informasi merupakan proses yang rumit karena melibatkan seluruh bagian yang ada dalam organisasi.

PT. Retail First Indonesia yang beralamat di Jl. Karyawan No. 1A Pondok Pinang Kebayoran Lama, Jakarta Selatan ini berdiri pada tahun 2010 yang bergerak dibidang konsultan ritel strategi yang mencakupi : leasing agent, feasibility study, dan ritel strategi. Perusahaan ini telah menangani beberapa proyek mall besar di Jakarta salah satunya adalah Plaza Indonesia, di mall ini retail first Indonesia menjadi leasing agent yang paling berpengalaman karena hampir semua kios yang ada di mall tersebut ludes tersewa oleh para *tenant* besar seperti Starbucks, H&M, Mango, Bakmi GM, Charles & Keith, Zara dll. Adanya para leasing tentu akan sangat memudahkan mall tersebut menyewakan kios-kios yang ada, tapi semakin tahun perkembangan ritel di Indonesia khususnya dibidang fashion makin menurun sudah banyak anchor anchor yang tutup karena kurangnya minat belanja dari konsumen, maka sangat dibutuhkan para leasing leasing terampil yang dapat meyakinkan para *tenant* untuk tetap buka di mall-mall yang akan segera dibuka, dengan adanya persaingan ini para *leasing* di PT. Retail First

Indonesia pun harus memiliki motivasi kerja yang tinggi agar mampu bersaing dengan para *leasing* dari perusahaan konsultan ritel lainnya.

Informasi tidak hanya mengalir dari atas ke bawah, tetapi juga sebaliknya dari bawah ke atas, dan juga mengalir diantara sesama karyawan untuk membentuk kerjasama yang baik antara organisasi dan para anggota (Pace, 2005:183).

Komunikasi organisasi merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah organisasi atau instansi. Dengan terjalin nya komunikasi yang baik dalam penyampaian pesan visi dan misi dari organisasi tersebut akan lebih mudah tercapai seperti yang sudah direncanakan dari awal. Sebaliknya, apabila komunikasi dalam organisasi tidak berjalan dengan baik, maka organisasi tersebut akan berantakan. Salah satu faktor yang menjadi tolak ukur keberhasilan dari sebuah organisasi adalah kinerja karyawan.

Kinerja karyawan yang dimaksud adalah "hasil kerja karyawan yang terefleksi dalam cara merencanakan dan melaksanakan segala tugas yang intensitasnya dilandasi oleh etos kerja, serta profesional karyawan dalam proses pekerjaan" (Uno, 2007; 86).

Adanya komunikasi dalam organisasi akan membentuk iklim komunikasi. Hubungan komunikasi yang baik yang terjadi di internal organisasi sangat berpengaruh besar dalam proses terciptanya iklim komunikasi yang baik.

Iklim komunikasi menjadi sangat penting karena secara tidak langsung iklim komunikasi dapat memengaruhi cara hidup orang-orang di dalam sebuah organisasi, kepada siapa orang-orang berbicara, siapa saja yang disukai, bagaimana perasaan masing-masing orang, bagaimana kegiatan kerja berlangsung dan bagaimana perkembangan orang-orang di dalam organisasi (Pace dan Faules, 2002:148).

Iklim komunikasi organisasi jauh lebih penting daripada keterampilan atau teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan organisasi yang efektif. Adanya iklim komunikasi dapat menghubungkan, mengatur, membina lingkungan organisasi yakni membina hubungan antar anggotanya, proses informasi dan pengorganisasian serta budaya organisasi tersebut. Iklim komunikasi memainkan peranan penting dalam mendorong anggota organisasi untuk mencurahkan usaha terhadap pekerjaannya yang mana perubahan dalam sistem kerja organisasi dapat memberikan pengaruh terhadap persepsi atas iklim komunikasi.

Iklm komunikasi terbentuk dari persepsi karyawan terhadap proses dan kegiatan komunikasi organisasi yang berlangsung dalam perusahaannya. Bila karyawan memersepsikan kegiatan komunikasi telah berlangsung dengan baik, maka akan positif pula pandangannya tentang iklim komunikasi yang berkembang dalam perusahaan.

Iklm komunikasi sebuah organisasi memengaruhi cara hidup kita seperti kepada siapa kita bicara, siapa yang kita sukai, bagaimana perasaan kita, bagaimana kegiatan kerja kita, bagaimana perkembangan kita, apa yang ingin kita capai dan bagaimana cara menyesuaikan diri dengan organisasi.

Iklm dapat memengaruhi motivasi, prestasi dan kepuasan kerja, iklim yang timbul dalam organisasi merupakan faktor pokok yang menentukan perilaku para karyawan. Dengan iklim komunikasi yang baik dan positif dalam perusahaan dapat menciptakan suasana kerja yang nyaman dan kondusif bagi karyawan, sehingga diharapkan akan memacu motivasi karyawan untuk bekerja dengan lebih baik.

Jika dikaitkan dengan hal tersebut, peneliti ingin mengetahui apakah ada hubungan iklim komunikasi dengan motivasi kerja di PT. Retail First Indonesia.

Maka dari itu, berdasarkan uraian di atas, menarik bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai : “Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi dengan Motivasi Kerja Karyawan PT. Retail First Indonesia”

1.2 Rumusan Masalah

Iklm komunikasi yang baik dapat memberikan dampak yang baik pula pada sirkulasi organisasi. Namun juga dapat memberikan beragam motivasi kerja bagi karyawannya.

Iklm komunikasi tentu tidak hanya sebatas satu arah saja. Begitu pula dengan PT Retail First Indonesia yang mengedepankan komunikasi sirkuler, yang mana sang komunikator dengan sang komunikan bergantian posisi dalam berkomunikasi organisasi.

Maka dari itu, berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti merumuskan masalah penelitian yang diajukan dalam sebuah pertanyaan, yaitu : **“Bagaimana hubungan iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan PT. Retail First Indonesia?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu untuk mengetahui bagaimana hubungan iklim komunikasi organisasi dengan motivasi kerja karyawan PT. Retail First Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu :

1.4.1 Secara Teoritis

- Bisa berguna untuk mengembangkan kajian dalam bidang Ilmu Komunikasi
- Bisa berguna untuk pengembangan Ilmu Komunikasi dalam suatu organisasi
- Bisa berguna untuk melihat hubungan Iklim Komunikasi dan Motivasi Kerja

1.4.2 Secara Praktis

- Bisa menjadi referensi untuk PT Retail First Indonesia untuk menjadi masukan dalam menjalankan Iklim Komunikasi dalam perusahaan
- Bisa menjadi referensi bacaan bagi organisasi organisasi yang ingin memahami konsep iklim komunikasi pada suatu organisasi