

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap sisi kehidupan manusia tidak lepas dari kegiatan komunikasi. Apapun bentuk kegiatannya, manusia selalu melakukan suatu proses yang berjalan secara berkesinambungan dan tidak dapat dihindari yaitu proses komunikasi. Melalui komunikasi manusia dapat menyampaikan segala keinginannya, sehingga pada akhirnya dapat memenuhi kebutuhan fisik, baik bagi diri sendiri maupun untuk lingkungan sosialnya. Secara umum komunikasi merupakan proses kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, isi pesan yang disampaikan berupa lambang-lambang yang penuh arti dan bermakna.

Menurut Komala (2009:73) komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang akan saling memberikan pengertian yang mendalam. Secara garis besar komunikasi dapat diartikan juga sebagai salah satu penyampaian pesan dimana dalam berkomunikasi terjadi suatu hubungan antara pemberi pesan dengan penerima pesan.

Komunikasi dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan untuk memperbaiki organisasi. Selain itu komunikasi sangat penting sekali untuk kemajuan organisasi, suatu organisasi bisa dikatakan sukses apabila hubungan komunikasi antara internnya harmonis. Misalnya gaya komunikasi yang terjalin antar pemimpin dan karyawan. Dalam suatu perusahaan dibutuhkan sebuah pemimpin yang akan mengarahkan para anggota atau karyawannya dalam melakukan berbagai tugas dan peranan untuk dapat menghasilkan suatu hasil atau tujuan yang akan dicapai. Komunikasi ini pun tidak hanya bersifat komunikasi secara biasa, namun dalam hal ini diperlukan adanya komunikasi yang efektif yakni komunikasi yang mampu menghasilkan perubahan sikap (*attitude change*) terhadap orang yang terlibat di dalam komunikasi, yang tentu saja dibangun berdasarkan sistem kepercayaan dan sistem nilai atau tata karma.

Efektivitas merupakan suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan atau kegagalan kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan. Sedangkan komunikasi adalah sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi adalah suatu proses penyampaian

pesan yang mampu mencapai tujuan dari isi pesan tersebut dan memberikan umpan balik (feed back) atau reaksi sehingga pesan pun berhasil tersampaikan dan menimbulkan sebuah komunikasi yang efektif. Menurut Hardjana (dalam Abdi Ihsan, 2018) keefektifan komunikasi diukur oleh beberapa hal, diantaranya penerima atau pemakai (*receiver*), isi pesan (*content*), ketepatan waktu (*timing*), media komunikasi (*media*), format (*format*), dan sumber pesan (*source*).

Efektivitas komunikasi yang dilakukan pimpinan dalam suatu organisasi sangat dibutuhkan untuk menciptakan motivasi kerja karyawan.

Menurut Robbins dan Judge (2018) mendefinisikan motivasi sebagai proses yang ikut menentukan intensitas, arah, dan ketekunan individu dalam usaha mencapai sasaran. Dalam suatu perusahaan untuk meningkatkan motivasi kerja dari karyawan sangat bergantung pada bagaimana gaya komunikasi pemimpin yang digunakan dalam perusahaan tersebut. Semua tindakan yang diambil dalam setiap kegiatan diprakarsai dan ditentukan oleh manusia yang menjadi anggota perusahaan.

Seorang pemimpin tidak hanya dilihat dari besar kecilnya tanggung jawab, namun juga bagaimana ia mampu mengkomunikasikan setiap hal yang berhubungan dengan pekerjaan kepada seluruh staff dan rekan kerjanya. Terlebih pada masa pandemi COVID-19 yang mengharuskan pemerintah menerapkan aturan Pembatasan Sosial Berskala Sosial (PSBB), hal ini mengharuskan beberapa perusahaan melakukan *work from home* (WFH).

Seperti yang dilakukan PT. Creative Mixo International merupakan perusahaan yang bergerak dibidang bahan baku minuman, alat-alat untuk kebutuhan Hotel, Resto dan Café (Horeca) yang berdiri sejak 5 Oktober 2010. PT Creative Mixo datang sebagai perusahaan lokal Indonesia yang supply satu dunia dibidang *food service* dengan standart bahan baku kualitas international, dengan menciptakan gelombang baru dengan *trend* yang cocok dengan kebutuhan pelanggan, dan memberi dampak terhadap produktivitas dan kenikmatan terhadap semua masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi awal penelitian bahwa PT. Creative Mixo International melakukan WFH demi menerapkan aturan dari Pemerintah. Seluruh pekerjaan seperti *meeting weekly* dan segala bentuk instruksi dari pimpinan ke karyawan. Komunikasi seperti era ini disebut komunikasi virtual. Komunikasi virtual adalah komunikasi (proses penyampaian dan penerimaan pesan) menggunakan pada *cyberspace*/ruang maya yang bersifat interaktif. Komunikasi virtual tidak dapat

lepas dari sebuah media internet yang menggunakannya sebagai alat komunikasi seperti Zoom Meeting yang merupakan sebuah aplikasi yang dapat menunjang kebutuhan komunikasi. Namun hasil observasi penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa selama komunikasi pimpinan dilakukan melalui Zoom Meeting terdapat beberapa hambatan dalam pekerjaan, salah satunya seperti kurangnya pemahaman pada tugas yang disampaikan pimpinan. Melihat betapa pentingnya seorang pemimpin dalam kegiatan perusahaan dan hubungannya terhadap bawahannya dalam pencapaian tujuan perusahaan, maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Efektivitas Komunikasi Pimpinan Pada Zoom Meeting Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT Creative Mixo International Pada Masa Pandemi COVID-19**

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut: "Bagaimana Pengaruh Efektivitas Komunikasi Pimpinan Pada Zoom Meeting Terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT. Creative Mixo International Di Masa Pandemi COVID-19?"

1.2 Tujuan Penelitian

Dalam pembuatan penelitian ini, memiliki maksud dan tujuan yang ingin peneliti sampaikan. Adapun tujuan yang disampaikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh efektivitas komunikasi pimpinan pada Zoom Meeting PT. Creative Mixo International di masa pandemi COVID-19.
2. Mengetahui motivasi kerja karyawan PT Creative Mixo International di masa pandemi COVID-19.
3. Mengetahui pengaruh efektivitas komunikasi pimpinan pada zoom meeting terhadap motivasi kerja karyawan PT. Creative Mixo International di masa pandemi COVID-19.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang implementasi efektivitas komunikasi pimpinan dalam ruang

lingkup komunikasi organisasi di perusahaan.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pimpinan PT Creative Mixo International maupun perusahaan lainnya untuk lebih meningkatkan efektivitas komunikasi pimpinan yang baik agar mampu memotivasi karyawan dalam produktivitas bekerja terlebih di masa pandemi COVID-19.