

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Saat ini komunikasi hal yang sangat penting dilakukan dalam setiap aspek kehidupan kita sehari-hari, karena hampir semua kegiatan manusia seharusnya memerlukan adanya komunikasi, tidak terkecuali dalam suatu organisasi.

Komunikasi yang dilakukan didalam suatu organisasi, sering kita kenal sebagai komunikasi organisasi yang memiliki pengertian, yaitu pengiriman (*sending*) dan penerimaan (*receiving*). Berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Bila organisasi semakin besar dan kompleks, maka akan mengakibatkan semakin kompleks pula proses komunikasi yang berlangsung.

Tujuan dari komunikasi adalah membentuk sebuah pengertian dan menyamakan pengalaman diantara anggota organisasi, dalam hal ini antara karyawan yang satu dengan yang lain, atau antara atasan dengan bawahan. Dengan adanya komunikasi dalam organisasi ini, maka akan membentuk suatu iklim komunikasi organisasi yang merupakan persepsi – persepsi mengenai pesan dan peristiwa yang terjadi di dalam organisasi. Iklim komunikasi organisasi yang terjadi dapat dikarakteristikan menjadi iklim komunikasi bertahan dan iklim komunikasi mendukung lebih diminati karena orang-orang yang terlibat didalamnya merasa lebih dihormati atau ada rasa untuk saling menghormati dan memberikan dorongan antara yang satu dan yang lainnya (Curtis, Floyd & Winsor, 2004). Iklim komunikasi pada akhirnya akan sangat penting mengingat komunikasi dalam organisasi dapat mempengaruhi cara hidup karyawan suatu organisasi mengenai kepada siapa berbicara, siapa yang disukai, bagaimana kegiatan kerja yang dilakukan oleh karyawan, bagaimana hasil kegiatannya dan apa yang diharapkan serta bagaimana cara beradaptasi. Begitu pentingnya iklim komunikasi membuat Kopelman, Brief dan Guzzo membuat suatu hipotesis yang mengatakan bahwa pada akhirnya iklim komunikasi akan mempengaruhi kinerja karyawan (Pace dan Faule, 2001). Sedangkan kinerja merupakan prestasi kerja atau hasil kerja yang telah dicapai oleh karyawan di suatu organisasi pada suatu periode tertentu (Prabu, 2005)

Adanya iklim komunikasi yang baik dapat menghubungkan, mengatur dan membina lingkungan organisasi itu terkait struktur dan fungsi organisasi, dalam menghubungkan antara anggotanya serta proses informasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi tersebut.

Iklim komunikasi yang ada di PT MNC Play Media ditemukan komunikasi yang kurang baik antara atasan dan bawahan, serta ditemukan juga

adanya ketidak jelasan dalam serah terima pekerjaan pada saat tingkat pekerjaan sedang tinggi pada waktu tertentu. Sering kali diadakannya meeting internal dikarenakan adanya komplek dari pelanggan yang tidak selesai akibat komunikasi yang kurang baik antara atasan dan bawahan ini. Dengan ini berkaitan dengan alur yang selaras dalam penyampaian pembagian *chain of command* yang terjadi antara pemimpin dengan anggota yang dipimpin sehingga terjadilah proses komunikasi yang dilakukan oleh pemimpin kepada karyawannya dalam penyampaian tugas dan proses komunikasi yang dilakukan oleh karyawan sebagai *feedback* kepada atasan berkaitan dengan tugas atau pekerjaan yang telah didelegasikan. Dikarenakan terjadinya proses *upward* dan *downward communication* tersebut, maka terbentuklah sebuah iklim komunikasi yang terjadi didalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi ini berkaitan dengan bagaimana alur komunikasi yang terjadi organisasi tersebut. Dengan ini akan membentuk nilai – nilai iklim komunikasi yang tidak baik didalam organisasi. Menurut Muhammad (2007:108) mengatakan bahwa iklim komunikasi dalam sebuah organisasi perlu mendapat perhatian dari setiap anggota organisasi karena baik pimpinan dan bawahan, semua anggota dalam organisasi merupakan satu kesatuan dalam melaksanakan pekerjaan, tugas dan tanggung jawabnya.

Peran penting iklim komunikasi organisasi berfungsi menjadi wadah komunikasi berbasis pengorganisasian manusia di dalam dalam suatu kelompok dan memberikan kelancaran yang dapat memungkinkan setiap anggota organisasi melaksanakan pekerjaannya secara lebih harmonis. Serta lebih memahami perencanaan dan mengetahui keberlangsungan aktifitas organisasi tersebut. Iklim yang dimaksud disini adalah suasana yang tercipta di dalam suatu perusahaan atau organisasi yang menimbulkan reaksi baik itu reaksi positif maupun reaksi negatif, karena pengaruh internal dan eksternal

Adanya keputusan yang diambil oleh anggota organisasi untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif dan meningkatkan diri mereka dengan organisasi, bersikap jujur dalam berkerja, sikap dalam berkomunikasi, mencapai kesempatan dalam organisasi dengan bersemangat, mensupport dan mendukung rekan dan anggota lainnya, melaksanakan instruksi yang diberikan dengan hasil kerja yang benar – benar memuaskan dan berkualitas dan mempunyai ide ide gagasan yang menginovasi bagi penyempurnaan organisasi dan oprasionalnya. Semua ini dipengaruhi oleh iklim komunikasi, iklim komunikasi yang negatif akan sangat berdampak dan merusak motivasi setiap anggota organisasi.

Faktor yang mempengaruhi iklim komunikasi yang ditemukan pada

1. Keterbukaan dan keterus terangan
2. Membuat keputusan bersama atasan dan bawahan

3. Kepercayaan antara atasan dan bawahan, dapat dipercaya dan menjaga kepercayaan atau menjaga rahasia
4. Tujuan kinerja yang tinggi, dimana tujuan kinerja dapat dikomunikasikan dengan baik dan jelas kepada karyawan
5. Saling mendukung, memperhatikan bahwa komunikasi bawahan dengan atasan membantu bawahan membangun dan menjaga perasaan diri menjadi berharga dan penting.

Berkaitan dengan penelitian Iklim Komunikasi PT MNC Play Media Kebon Sirih perusahaan ini sangat menitik beratkan dan memperhatikan komunikasi organisasi di dalam perusahaannya. Organisasi yang dimaksud disini ialah divisi Pelayanan Pelanggan (*Customer Service*) terhadap kinerja karyawan.

PT MNC Play Media (MNC Group) merupakan perusahaan yang berfokus sebagai penyedia layanan internet sejak tahun 2013. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, PT MNC Play Media perlu menjaga kompetensi untuk tetap bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Oleh karena itu, visi dan misi perusahaan harus dapat diinternalisasi kepada semua karyawan disetiap bagian. PT MNC Play Media harus mempunyai budaya dan iklim komunikasi yang baik agar setiap kebijakan strategis perusahaan dapat dieksekusi secara tepat guna di tiap level organisasi. Perusahaan perlu memperhatikan alur berjalannya informasi. Kecepatan informasi harus dapat disalurkan dengan baik dari pihak manajemen kepada para pekerja. Miskomunikasi dalam penyampaian informasi dapat mengakibatkan pesan yang sampai kepada pekerja menjadi keliru.

Peneliti mengambil fokus pada divisi Pelayanan Pelanggan (*Customer Service*) karena divisi ini merupakan salah satu akses penghubung perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan para pelanggan, diharapkan iklim komunikasi yang ada selaras bertujuan untuk motivasi kerja karyawan.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang disampaikan, maka penulis ingin meneliti “Seberapa besar pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di divisi *Customer Service* PT MNC Play Media Kebon Sirih” ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang ingin disampaikan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Untuk mengetahui pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi kerja karyawan di divisi “*Customer Service PT MNC Play Media Kebon Sirih*”

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini akan mempunyai kegunaan sebagai berikut :

##### **1.4.1. Manfaat Teoretis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah serta memberikan pengetahuan ilmu komunikasi dalam hal iklim komunikasi organisasi.

##### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat membantu PT MNC Play media untuk mengidentifikasi iklim komunikasi organisasi yang ada di dalam perusahaan dan dapat meningkatkannya agar lebih baik di dalam komunikasi organisasi