

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Organisasi adalah bentuk persekutuan dari dua orang atau lebih yang memiliki ikatan kerja sama secara formal dan terikat guna mencapai visi dan misi yang telah ditetapkan dalam ikatan tersebut (Siagian, 2008: 6). Suatu organisasi adalah sekumpulan individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan - tujuan tertentu. Dalam membangun dan mempertahankan organisasi sebuah perusahaan, perlu dikembangkan nilai atau kultur sebagai citra perusahaan yang dapat menjadi kebanggaan serta pedoman berperilaku dan bertindak karyawan. Sebuah organisasi tentunya memiliki tujuan dan struktur yang dipegang perannya oleh manusia dalam mengkoordinasikan aktifitas di organisasi tersebut. Sudah selayaknya organisasi menjadi satu tempat dimana seluruh SDM di dalamnya memiliki tujuan yang sama dengan melakukan kerja sama. Korelasi antara organisasi dan komunikasi terletak pada kumpulan orang-orang yang tergabung dalam mencapai tujuan yang sama (Romli, 2011).

Keberadaan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh beberapa aspek diantaranya penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat. Agar dapat mencapai tujuan itu, organisasi memerlukan sistem manajemen efektif yang akan menunjang jalannya organisasi secara terus-menerus dan tingkat efektivitas kerja pegawai juga perlu diperhatikan. Pada umumnya organisasi memiliki beberapa bagian yakni bagian pemasaran, bagian keuangan, bagian produksi, bagian sumber daya manusia, dan bagian administrasi. Masing-masing bagian tersebut melaksanakan kegiatan yang berbeda tetapi tetap saling berhubungan satu sama lain. Tingkat kegiatan yang dilaksanakan organisasi akan mengalami perubahan dari suatu periode ke periode berikutnya (Sukarji, 2017).

Organisasi terdiri dari berbagai variasi sumber daya manusia, dengan latar belakang lingkungan sosial, budaya dan ranah psikologis yang berbeda satu sama lain. Oleh karena itu, untuk membangun kerjasama yang sehat dan berkesinambungan, dibutuhkan komunikasi yang baik pada organisasi agar tercipta pemahaman dan pandangan yang sama dalam menggapai tujuan yang ditetapkan. Sehingga, sangat wajar jika pola komunikasi dalam organisasi memiliki peran penting dalam membangun interaksi yang efektif diantara sumber daya yang ada. Begitupun sebaliknya, organisasi yang pola komunikasinya kurang baik maka akan menimbulkan berbagai masalah di antara anggotanya.

Penempatan komunikasi menjadi bagian penting ketika orang menyadari bahwa komunikasi sangat dibutuhkan dan mampu menunjang kegiatan yang lain. Sebagaimana dalam penelitian Yusriani (2021) bahwa komunikasi organisasi memberikan pengaruh signifikan terhadap standar pelayanan minimal. Hal ini menunjukkan pola komunikasi yang baik dalam lingkungan organisasi akan memicu budaya kerja yang positif.

Budaya organisasi berkaitan dengan norma perilaku (Ismail, 2018) dan nilai-nilai yang dipahami serta diterima oleh semua anggota organisasi dan digunakan sebagai dasar dalam aturan perilaku dalam organisasi tersebut. Secara sederhana, budaya organisasi dapat diartikan bagaimana segala sesuatu diselesaikan di tempat tersebut. Budaya dalam sebuah organisasi melibatkan sekumpulan pengalaman, filosofi, ekspektasi dan nilai yang terkandung di dalamnya yang nanti akan tercermin dalam perilaku anggota, mulai dari inner working, interaksi dengan lingkungan di luar organisasi, sampai ekpektasi di masa depan.

Organisasi berperan sebagai komunikator, dan informasi-informasi penting atau kebijakan perusahaan merupakan pesan yang ingin disampaikan, melalui budaya organisasi sebagai saluran komunikasi, yang ditujukan kepada seluruh anggota organisasi. Adanya proses komunikasi dapat mempengaruhi berbagai aspek yang ada dalam budaya organisasi tersebut. Dalam keseharian budaya organisasi, terdapat beragam permasalahan yang terjadi pada berbagai tingkat anggota organisasi, mulai dari posisi terendah sampai ke tingkat decision maker. Permasalahan yang ada tentu harus segera diselesaikan agar tidak menjadi bumerang yang akan menghancurkan organisasi. Permasalahan yang sering ditemui dalam organisasi adalah komunikasi yang tidak berjalan dengan baik. Komunikasi tidak terjalin baik secara vertikal maupun horizontal.

Permasalahan komunikasi ini juga dialami oleh organisasi *Agence Française de Développement – Indonesia* (AFD). AFD atau Badan Pembangunan Prancis. Lembaga ini telah bekerja di Indonesia selama lebih dari 10 tahun untuk mempromosikan pembangunan hijau dan inklusif. Organisasi ini sebagaimana disebutkan pada situs afd.fr, membiayai inisiatif pemerintah Indonesia, bank umum, perusahaan dan LSM dan memberikan bantuan teknis serta mendukung komitmen internasional Indonesia untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan memastikan pembangunan ekonomi dan sosial negara. AFD hadir di lima benua untuk membiayai dan mendukung proyek-proyek yang meningkatkan kondisi kehidupan penduduk. AFD memiliki jaringan internasional dengan 85 kantor, termasuk di French Overseas Communities dan Brussel (AFD, 2019).

Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, komunikasi pada organisasi AFD memiliki beberapa keunikan serta

permasalahan. Di antaranya yaitu komunikasi pada organisasi AFD berlangsung dengan menggunakan tiga bahasa yaitu bahasa Inggris, Prancis, dan Indonesia. Bahkan, para pejabat tinggi organisasi AFD menggunakan bahasa campuran antara bahasa Inggris dan Prancis disertai logat Prancis yang khas saat berkomunikasi dengan bawahan atau karyawannya. Hal ini pun terkadang menjadi permasalahan dalam berlangsungnya proses komunikasi dalam organisasi. Komunikasi organisasi pada AFD juga masih berada pada masa peralihan dari komunikasi melalui media saat masa pandemi covid-19 lalu, berganti kepada komunikasi secara langsung dan tatap muka, sehingga baik karyawan maupun atasan masih berupaya dalam menyesuaikan diri untuk berkomunikasi tatap muka dengan baik dan efektif.

Selain itu, pada wawancara pra penelitian, karyawan AFD juga menyebutkan bahwa terdapat perbedaan gaya komunikasi dengan atasan dibandingkan komunikasi dengan karyawan lainnya. Saat berkomunikasi dengan atasan dan para pejabat tinggi AFD, karyawan AFD dihadapkan dengan tantangan untuk menyesuaikan gaya komunikasi formal, melakukan pemilihan tata bahasa yang tepat, mengedepankan *manner* atau kesopanan, serta menyesuaikan dengan budaya Prancis. Akan tetapi, saat berkomunikasi dengan sesama karyawan, komunikasi dapat berlangsung secara informal serta santai, dan cenderung sesuai dengan budaya Indonesia.

Berkaitan dengan budaya organisasi, organisasi AFD memiliki budaya organisasi yang berbeda dari organisasi di Indonesia pada umumnya dimana AFD menerapkan budaya yang diadopsi dari budaya Prancis. Di antaranya yaitu penggunaan sapaan '*bonjour*', pemakluman keterlambatan selama tidak berlebihan, persahabatan antar karyawan yang terjalin dengan baik, serta pengelolaan keberagaman yang baik. Selain itu, karyawan AFD juga menceritakan bahwa budaya organisasi AFD cenderung santai dan bersahabat yang diperlihatkan dengan kebiasaan karyawan untuk tidak segera pulang setelah jam kerja, namun menghabiskan waktu bersama untuk mengobrol atau bermain tenis meja.

Komunikasi yang efektif diperlukan dalam upaya internalisasi budaya dalam organisasi. Komunikasi yang optimal akan membuat para anggotanya menyadari pentingnya memahami budaya organisasi (Fadillah, 2014). Berdasarkan uraian di atas, peneliti menjadi tertarik untuk mengetahui lebih jauh mengenai pola komunikasi organisasi dalam proses penyerapan atau internalisasi budaya organisasi dalam organisasi multikultural, khususnya organisasi *Agence Française de Développement* – Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana pola komunikasi organisasi dalam membentuk budaya organisasi pada *Agence Française de Développement* – Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pola komunikasi organisasi dalam membentuk budaya organisasi pada *Agence Française de Développement* – Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan wacana untuk menambah pengetahuan dan wawasan di bidang keilmuan dan dijadikan bahan referensi bagi penelitian di masa depan.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menambah khasanah penelitian, khususnya mengenai budaya organisasi, komunikasi organisasi, dan *Agence Française de Développement* – Indonesia sehingga dapat dijadikan referensi bagi penelitian serupa.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar memudahkan penulisan tugas akhir skripsi ini supaya tetap berada pada koridor sistematika penulisan masalah yang akan dibahas, penulis mengelompokkan penelitian ini menjadi beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Merupakan bab yang berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi ini.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Merupakan bab tinjauan pustaka dalam penyusunan skripsi yang membahas tentang definisi dan penjelasan yang berkaitan dengan penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang penjabaran dari metode penelitian dengan sub bab berupa metode penelitian, desain penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, uji keabsahan data dan analisis data

BAB IV. HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini berisi subjek penelitian, gambaran subjek penelitian dan hasil penelitian yang berisi pemaparan mengenai konsep-konsep yang diteliti..

BAB V. PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian selanjutnya.

