

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam membangun hubungan yang positif dalam suatu perusahaan, maka diperlukan pengelolaan komunikasi yang efektif, salah satunya adalah komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi merupakan bentuk komunikasi yang selalu ada dalam setiap perusahaan. Komunikasi organisasi sebagai alat yang dapat direncanakan oleh manajemen memiliki peran penting dalam mendukung efektivitas operasional organisasi, memungkinkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Pentingnya komunikasi juga dapat dilihat dari manfaat bagi organisasi meliputi fungsi pengendalian (kontrol dan pengawasan), motivasi, pengungkapan emosional dan penyediaan informasi untuk pengambilan keputusan (Robbins, 2001:312). Namun dalam suatu organisasi Perusahaan, dinamikanya tidak hanya melibatkan komunikator, komunikan, pesan dan media, tetapi konflik dan interaksi konsumen juga turut berperan dalam pembentukan organisasi didalam sebuah Perusahaan.

Di suatu organisasi perusahaan sumber daya manusia menjadi salah satu hal yang perlu di pertimbangkan dalam maju atau kualitasnya sebuah perusahaan. Kemampuan komunikasi yang positif menjadi cerminan kualitas sumber daya manusia di dalam perusahaan. Hal ini dapat menciptakan iklim komunikasi dan rasa ingin memiliki yang tinggi pada setiap karyawan. Dengan demikian setiap pekerjaan atau permasalahan akan terasa ringan jika dapat dihadapi bersama sama. Organisasi sendiri sering disebut sebagai sistem, yang berarti organisasi terdiri dari berbagai divisi. Maka untuk menciptakan iklim komunikasi yang positif maka dibutuhkannya resonansi atau keterkaitan satu sama lain yang baik. Iklim komunikasi sendiri maksudnya adalah suasana yang berada di perusahaan akan menimbulkan berbagai dampak baik positif ataupun negatif yang diakibatkan oleh faktor internal atau eksternal. Iklim komunikasi memiliki hubungan yang erat dalam terciptanya rasa memiliki (*sense of belonging*) karyawan terhadap perusahaan.

PT. Anugerah Persada Alam adalah perusahaan yang bergerak dibidang Minuman kemasan sachet, dengan berbagai jenis minuman kemasan yang dibuat dengan bahan dasar herbal alami jahe merah yang mampu memberikan khasiat baik untuk tubuh manusia. PT. Anugerah Persada Alam sendiri merupakan salah satu keluarga besar perusahaan PT. ABC President Indonesia yang hanya berfokus terhadap produksi produk minuman kemasan sachet saja, dengan cakupan wilayah pengiriman yang cukup luas. PT. ABC President Indonesia sendiri memiliki cabang group salah satunya adalah PT. Aneka Boga Citra (ABC), yang juga bergerak dalam bidang serupa dengan fokus utama pada susu. Dengan sinergi antara PT. Anugerah Persada Alam dan PT. ABC, bahan-

bahan berkualitas tinggi digunakan untuk menciptakan produk yang memadukan kebaikan jahe merah dan susu.

Sebagai bagian dari visi dan misi bersama, PT. Anugerah Persada Alam berkomitmen untuk menciptakan produk dengan citarasa unggul, meninggalkan kesan yang mendalam di lidah konsumen. Tujuannya adalah agar produk-produk ini menjadi pilihan utama konsumen, dapat ditemui di berbagai tempat, dan tersedia kapan saja.

Dalam operasional PT. Anugerah Persada Alam, tantangan tidak bisa dihindari dan mencakup berbagai masalah di internal dan eksternal perusahaan. Salah satu kendala yang dihadapi PT. Anugerah Persada Alam adalah terdapat pada masalah komunikasi internal, di mana kekurangan harmoni dalam komunikasi antara pimpinan dan bawahan, serta di antara sesama karyawan, menjadi penghambat dalam proses kerja perusahaan. Kondisi ini terkait dengan pentingnya iklim komunikasi dalam menciptakan suasana dan keterlibatan personal dalam sistem atau lingkungan sosial organisasi. Dengan demikian, setiap karyawan dapat merasakan bahwa mereka adalah bagian integral dari sistem organisasi, merasa diterima oleh sesama anggota, dan memiliki keinginan untuk berkontribusi serta membantu dalam setiap aspek pekerjaan.

Organisasi sendiri sering disebut sebagai sistem, yang berarti organisasi terdiri dari berbagai divisi ataupun bagian yang saling berkaitan. Dengan maksud, apabila terjadinya hambatan dalam satu divisi maka akan mempengaruhi divisi lainnya. Maka dari itu dengan adanya komunikasi yang positif di dalam suatu organisasi tidak memungkinkan akan membentuk iklim komunikasi yang mempengaruhi loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Iklim komunikasi organisasi di PT. Anugerah Persada Alam dirancang untuk memfasilitasi pemahaman bersama dan menyelaraskan pengalaman di antara anggota organisasi, baik antar sesama karyawan maupun antara atasan dan bawahan. Melalui pengalaman ini, diharapkan terbentuk suatu iklim komunikasi organisasi yang mencakup persepsi terhadap pesan dan peristiwa yang terkait dengan komunikasi di dalam organisasi.

Pengertian iklim komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules (2004: 124), Iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi suatu evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik-konflik antarpersona, dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut. Iklim komunikasi di dalam suatu organisasi memiliki dampak (*signifikansi*) yang besar karena memengaruhi aspek-aspek kehidupan sosial anggotanya. Hal ini mencakup kepada siapa kita berkomunikasi, hubungan personal yang terbentuk, ekspresi perasaan, dinamika kegiatan kerja, aspirasi yang ingin dicapai, dan kemampuan penyesuaian diri di dalam organisasi.

Rasa memiliki (*sense of belonging*) memiliki sebuah fungsi yaitu sebagai bagian dari proses identitas individu dan sebagai motivator agar individu terlibat aktif dalam masyarakat atau kelompoknya. Adanya rasa memiliki mendorong seseorang untuk merasa bertanggung jawab, bersikap

profesional, dan memberikan kontribusi optimal dalam setiap tindakan yang dilakukan.

Karyawan yang berkomitmen untuk mengantarkan organisasinya meraih kesuksesan dan yakin bahwa memilih bekerja di organisasi tersebut merupakan keputusan terbaik, akan meningkatkan tingkat loyalitas mereka. Semakin tinggi tingkat loyalitas karyawan dalam suatu organisasi, semakin mudah bagi organisasi tersebut untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan oleh pimpinan. Begitupun peran karyawan dalam menciptakan iklim komunikasi yang efektif dalam organisasi sangat signifikan. Jika iklim komunikasi di tempat kerja positif dan baik, karyawan cenderung memiliki komitmen kerja yang kuat terhadap perusahaan. Oleh karena itu, perhatian yang optimal terhadap komunikasi organisasi dalam suatu perusahaan sangat penting. Penting bagi setiap organisasi untuk mengevaluasi apakah komunikasi organisasi berjalan secara optimal atau tidak. Dengan demikian, jika terjadi masalah, solusi dapat segera dicari untuk mencegah potensi kerugian pada perusahaan.

Manajemen sumber daya manusia atau tenaga kerja di dalam sebuah organisasi melibatkan tantangan khusus karena anggota tim berinteraksi dalam dinamika kerjasama yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk fisik, status sosial, serta aspek psikologis seperti motivasi, bakat, minat, pikiran, perasaan, dan latar belakang sosial-budaya yang beragam. Untuk membangun kerjasama yang harmonis dan sinergis, diperlukan proses komunikasi yang efektif dalam organisasi guna menciptakan iklim komunikasi yang optimal.

Menurut Mulyana (2004) fungsi komunikasi dalam organisasi adalah kelaziman untuk mengukur hubungan formal dan non formal antar individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok yang apabila komunikasi-komunikasi diantara komponen organisasi tidak berjalan lancar maka akan menimbulkan konflik yang dapat menimbulkan suatu kegagalan dalam organisasi untuk mencapai tujuan.

Kualitas kinerja karyawan dan iklim komunikasi di dalam organisasi menjadi kunci bagi kemajuan sebuah organisasi yang berperan penting dalam menjaga stabilitas produksi. Meskipun karyawan memiliki tugas dan tanggung jawab yang telah ditetapkan sesuai dengan kemampuan mereka, mereka juga dihadapkan pada tuntutan ide dan waktu kerja yang intens. Oleh karena itu, iklim komunikasi yang efektif di dalam organisasi sangat diperlukan guna menghindari risiko perbedaan persepsi atau kesalahpahaman dalam menerima informasi baik dari internal maupun eksternal.

Dalam konteks ini, karyawan perlu mampu menelaah informasi yang diterima, seperti keluhan dari konsumen atau perintah dari atasan, karena hubungan antara pimpinan dan karyawan seringkali berlangsung melalui instruksi. Komunikasi yang didasarkan pada prinsip "perintah" dan "kerjakan" menjadi fokus utama, sehingga manajemen yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, aktualisasi, dan pengawasan memerlukan komunikasi yang

baik. Hal ini menjadi perhatian utama pimpinan PT. Anugerah Persada Alam sebagai upaya pencegahan terhadap potensi permasalahan di perusahaan.

Sebagai perusahaan distributor minuman kemasan sachet, keberlanjutan perusahaan sangat dipengaruhi oleh kekuatan internalnya. Dalam konteks ini, sumber daya manusia yang terlibat dalam mencapai hasil produktif memainkan peran penting. Mengingat PT. Anugerah Persada Alam tergolong perusahaan yang cukup lama yang didirikan pada tahun 2010, dalam mencapai tujuan perusahaan memerlukan kerja keras dari seluruh anggota perusahaan, baik dari kepala perusahaan maupun karyawan untuk semakin dikenal konsumennya.

Dalam penelitian di PT. Anugerah Persada Alam, teridentifikasi sejumlah permasalahan internal terkait dengan komunikasi organisasi. Kurangnya komunikasi dalam menerapkan perubahan sistem atau peraturan antar divisi, alur komunikasi yang tidak terkoordinasi antar divisi, dan pesan yang disampaikan tidak memiliki ketegasan dalam penyampaian komunikasinya telah menciptakan iklim komunikasi yang tidak sehat. Dampaknya sering kali terlibat dalam *miss communication*, di mana tugas dan pekerjaan tidak selalu disampaikan dengan jelas, meningkatkan risiko kesalahan yang berpotensi mengakibatkan dampak serius bagi perusahaan.

Disamping itu, ketidaksesuaian dalam pemberian tugas tanpa mempertimbangkan situasi dan dampaknya, kurangnya penghargaan terhadap karyawan yang telah berprestasi, serta kesulitan karyawan dalam mendapatkan peluang untuk meningkatkan karirnya akan sangat berdampak pada rendahnya rasa memiliki terhadap perusahaan. Keadaan ini dapat menciptakan ketidaknyamanan di kalangan karyawan dan mengakibatkan penurunan produktivitas dalam lingkungan kerja.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis merasa tertarik untuk meneliti hubungan antara iklim komunikasi organisasi dan Rasa memiliki (*Sense of Belonging*) karyawan di PT Anugerah Persada Alam. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul "**Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi dengan Rasa memiliki (*Sense of Belonging*) Karyawan pada PT Anugerah Persada Alam.**"

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat permasalahan di internal PT. Anugerah Persada Alam, dari kurangnya alur komunikasi yang terkoordinasi di internal perusahaan. Keadaan ini berpotensi menciptakan iklim komunikasi yang tidak sehat, dengan dampak signifikan pada peningkatan risiko kesalahan melalui *miss communication*, yang dapat berujung pada konsekuensi serius bagi perusahaan. Selain itu, kurangnya perhatian terhadap kesejahteraan karyawan dalam aspek pekerjaan dan karir dapat menghambat pengembangan rasa

memiliki karyawan terhadap perusahaan. Secara keseluruhan, kondisi ini menciptakan ketidaknyamanan di lingkungan kerja dan menurunkan produktivitas.

Oleh karena itu, rumusan masalah yang muncul dari konteks ini adalah, "Bagaimana **Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi Dengan Rasa Memiliki (Sense Of Belonging) Karyawan di PT. Anugerah Persada Alam?**"

Pertanyaan ini menjadi landasan untuk memahami dinamika internal perusahaan dan mencari solusi yang tepat guna meningkatkan produktivitas serta menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif dan berdaya saing.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Iklim Komunikasi Organisasi PT. Anugerah Persada Alam.
2. Untuk mengetahui Rasa Memiliki (*Sense Of Belonging*) Karyawan PT. Anugerah Persada Alam.
3. Untuk mengetahui Hubungan Iklim Komunikasi Organisasi dengan Rasa Memiliki (*Sense Of Belonging*) Karyawan PT. Anugerah Persada Alam.