Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi penting bagi organisasi dan informasi penting bagi komunikasi yang efektif. Seseorang yang mengendalikan informasi akan mengendalikan kekuatan organisasi. Struktur organisasi ditentukan oleh keefektifan komunikasi. Ketika organisasi diharuskan mencapai tujuan, maka anggota-anggota yang berada dalam strukturnya akan bekerja sesuai dengan jabatan dan fungsinya untuk mencapai tujuan dimaksud. Setiap struktur saling melengkapi dan mempengaruhi antara satu dengan lainnya. Konsekuensinya, angggota-anggota di dalamnya akan saling berhubungan melalui metode-metode pencapaian tujuan. Dengan demikian, anggota-anggota organisasi tersusun ke dalam sistem yang saling berhubungan yang mampu menginterpretasikan pesan, baik yang datang dari anggota kelompok/organisasi itu sendiri maupun yang datang dari luar, atau mampu mengkomunikasikan sesuatu kepada siapa dan dengan cara apa.

Menurut *Berelson dan Steiner(1964:55)* sebuah organisasi memiliki ciri-ciri sebagai berikut :

1. Formalitas, merupakan ciri organisasi sosial yang menunjuk kepada adanya perumusan tertulis daripada peratutan-peraturan, ketetapan-ketetapan, prosedur, kebijaksanaan, tujuan, strategi, dan seterusnya.

1. Hierarkhi, merupakan ciri organisasi yang menunjuk pada adanya suatu pola kekuasaan dan wewenang yang berbentuk piramida, artinya ada orang-orang tertentu yang memiliki kedudukan dan kekuasaan serta wewenang yang lebih tinggi daripada anggota biasa pada organisasi tersebut.
    1. Besar dan Kompleksnya, dalam hal ini pada umumnya organisasi sosial memiliki banyak anggota sehingga hubungan sosial antar anggota adalah tidak langsung (impersonal), gejala ini biasanya dikenal dengan gejala "birokrasi".
    2. Lamanya (duration), menunjuk pada diri bahwa eksistensi suatu organisasi lebih lama daripada keanggotaan orang-orang dalam organisasi itu.

Didalam suatu instansi ataupun perusahaan, komunikasi merupakan salah satu unsur terpenting, karena didalamnya terdapat dan berperan lebih dari satu orang. Tanpa komunikasi, instansi perusahaan tersebut tidak dapat berfungsi atau bahkan tidak mungkin terbentuk. Tanpa komunikasi kegiatan instansi akan berhenti sehingga tujuan yang merupakan salah satu faktor terbentuknya instansi tersebut tidak akan tercapai.

Jika dilihat dari pengertian *human relations* sendiri, tentu mempunyai pengertian yang sangat luas, namun karena penulisan ini hanya memfokuskan pada lingkup perusahaan, maka *human relations*

yang dimaksudkan adalah hubungan antara pimpinan dan karyawan dalam perusahaan. Menurut Onong Uchana Effendy dalam bukunya Human Relation dan Public Relation Managemen (1989; 48-49), pengertian *human relations* adalah komunikasi persuasif yang dilakukan seseorang kepada orang lain secara tatap muka dalam situasi kerja dan dalam organisasi kekaryaan dengan tujuan untuk menggugah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif dengan perasaan bahagia dan hati puas.

Kegiatan *human relations* sebagai inti sari terciptanya hubungan yang harmonis yang dilakukan pimpinan perusahaan, dapat digunakan untuk meningkatkan daya kinerja karyawan dengan cara membangkitkan semangat kerja karyawan. Hal ini tentu saja harus ditingkatkan dengan komunikasi dua arah dan itu semua harus dilakukan dalam lingkup perusahaan. Berhasil tidaknya organisasi merupakan tugas dari pimpinan dalam memberikan pengarahan dan aturan untuk anggota karyawan. Melalui penerapan *human relations* yang baik dari pimpinan, maka dapat mendorong karyawannya untuk bekerja lebih giat, mempunyai semangat kerja dan kinerja yang tinggi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dalam suatu perusahaan, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh pimpinan perusahaan untuk menghasilkan kinerja yang baik dari karyawan dan mengetahui tentang pemahaman karyawan atas pekerjaan yang akan diberikan. Selain itu perlu diperhatikan bagi pimpinan bahwa karyawan akan dapat menghasilkan kinerja yang baik

dalam bekerja apabila dapat bekerja secara mandiri atau dengan karyawan lain dan dapat mengatasi permasalahan yang terjadi dalam proses kerja. Disinilah diperlukan seorang pimpinan untuk dapat mengetahui setiap karyawannya tidak sebatas memberikan tugas pekerjaan, tetapi juga dapat mengukur kemampuan dari masing-masing karyawan.

Dari penjelasan diatas penulis memahami bahwa human relations merupakan suatu kesatuan yang memerlukan adanya sikap saling pengertian, tenggang rasa, saling menghormati dan lain-lainnya yang semua itu harus dapat dilaksanakan dan dimiliki oleh setiap individu atau karyawan yang terdapat dalam suatu organisasi atau perusahaan untuk tercapainya tujuan dan suasana yang diinginkan.

Setiap bentuk organisasi pasti mengedepankan sebuah komunikasi agar tercipta hasil yang selaras. Biasanya proses komunikasi dalam suatu organisasi meliputi atasan dan bawahan dengan metode penyampaian yang terarah dari atasan ke bawahannya yang semata-mata semua berorientasi berdasarkan organisasi. Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau di mana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam konunikasi.

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dan begitu

pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet dan berantakan. Tujuan komunikasi dalam sebuah organisasi sangat memberikan banyak manfaat secara langsung yaitu memudahkan para anggota bekerja dari instruksi-instruksi yang diberikan dari atasan dan untuk mengurangi kesalahpahaman yang biasa terjadi dan memang sudah melekat pada suatu organisasi. Apabila semua bawahan dan atasan dapat berinteraksi dengan baik, maka seluruh kesalahpahaman yang beresiko mungkin akan berkurang presentasenya, karena tiap manusia mempunyai cara penyampaian komunikasi yang berbeda-beda secara verbal dan mau tidak mau kita harus membuat si penerima informasi itu mengerti informasi apa yang kita sampaikan.

Dengan demikian semua pelaku organisasi harus berbicara, bertindak satu sama lain guna untuk membangun satu lingkungan kondusif dan mengetahui situasi-situasi apa yang akan terjadi di luar suatu dugaan karena kesalahan komunikasi sekecil apa pun pasti akan berakibat fatal. Layaknya komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan, komunikasi yang dibangun dalam sebuah restoran penyedia jasa juga penting adanya seperti di dalam Restoran Domino's Pizza (cabang Paramount Gading Serpong) terdapat satu pimpinan atau yang disebut seorang *Store Manager*, *Supervisor*, Leader, dan karyawan lainnya yang bekerja di bagian *makeline (production), delivery expert* dan *cashier*.

"Soal layanan mobile dan online, Domino's Pizza merupakan pelopor dalam industri pizza di seluruh dunia. Karenanya bulan Januari pelayanan pesanan pizza akan diperluas ke perangkat mobile dengan mobile application. Dari segi kualitas bahan dan kehalalan produk yang dipakai, Domino's Pizza juga sudah mengantongi sertifikat halal LPPOM MUI tahun ini. Juga meraih penghargaan 'Bali Customers Satisfaction Award'. Dengan jaringan pengiriman pizza internasional mutu produk dan layanan bisa dipertahankan di seluruh gerai di dunia"- **via detik.com**

Perbedaan latar belakang pendidikan, sosial ataupun budaya tidak membuat pemimpin tersebut memperlakukan karyawan yang bekerja secara berbeda-beda baik dari cara berkomunikasi maupun bersikap. Cara berkomunikasi yang santai, kepercayaan pemimpin terhadap para karyawannya dan mengedepankan kenyamanan karyawan yang bekerja di Domino's Pizza inilah yang dapat menciptakan hubungan kerja yang harmonis. Melalui sistem yang sebagian besar terdiri dari gerai waralaba, Domino's mengelola 8.671 gerai waralaba dan gerai milik perusahaan pusat di Amerika Serikat, serta memiliki pasar di 60 negara lainnya di seluruh dunia. Merek dagang Domino's Pizza, yang meraih penghargaan Megabrand oleh majalah Advertising Age, memiliki penjualan ritel global lebih dari US$ 5,4 miliar pada tahun 2007, terbagi atas US$ 3,2 miliar penjualan di Amerika Serikat dan US$ 2,2 miliar untuk penjualan internasional.

Pada kuartal kedua di tahun 2008, Domino' Pizza mencapai penjualan ritel global sebesar US$ 1,3 miliar, yang terbagi atas kurang lebih US$ 717 juta secara domestik dan US$ 589 di pasar internasionalnya. Domino's Pizza mendapat penghargaan "Chain of the Year" oleh majalah Pizza Today, sebuah media terkemuka untuk industri pizza di Amerika Serikat. Di dalam Domino's Pizza, didorong dengan adanya visi dan prinsip yang menjadi peta jalan dalam membuat keputusan sebagai individu dan atau perusahaan. Domino's Pizza merupakan pemimpin dunia dalam hal pengiriman pizza (delivery) jaringan kepemilikan perusahaan dan kepemilikan waralaba di Amerika Serikat dan pasar internasional. Bagi Domino's Pizza menjadi perusahaan Delivery Experts terkemuka di dunia membutuhkan anggota team yang mampu bekerjasama dengan luar biasa. Dalam budaya di Domino's Pizza pekerja harus mampu bekerjasama sebagai satu team dalam lingkungan yang cerdas, menyenangkan yang terfokus pada integritas dan mencapai hal-hal besar yang melampaui kebutuhan konsumen, sementara secara individual terus mencapai kesuksesan perusahaan. Domino's membuat segala sesuatu terjadi dengan cerdas, cepat, penuh semangat dan dengan jaminan kepuasan. Anggota team mewakili satu masyarakat yang beragam dan semua level perusahaan dimana manajemen dan pengembangan anggota team diketahui sangat penting bagi kesuksesan bisnis.

Berdasarkan latar belakang diatas dan melihat pentingnya komunikasi di dalam suatu organisasi, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul “Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan DOMINO’S PIZZA Dalam Menciptakan Hubungan Kerja yang Harmonis”.

1.2 Rumusan Masalah

Bertitik tolak pada uraian latar belakang diatas, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses komunikasi organisasi di Domino’s Pizza?
2. Bagaimana seorang pemimpin perusahaan Domino’s Pizza dapat menciptakan hubungan kerja yang harmonis dengan karyawannya?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana terjalinnya komunikasi organisasi antara pimpinan dengan karyawan dan karyawan dengan karyawan di Domino’s Pizza
2. Menggambarkan bagaimana seorang pemimpin restoran Domino’s Pizza berkomunikasi dengan seluruh karyawan agar tercipta hubungan pekerjaan yang nyaman dan harmonis.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengujian teori-teori komunikasi organisasi dan di masa yang akan datang dapat dijadikan referensi bagi peneliti komunikasi organisasi selanjutnya, khususnya dalam kegiatan berorganisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan komunikasi organisasi dalam menciptakan hubungan kerja yang harmonis khususnya bagi Domino's Pizza dan dapat membantu dalam penyelesaian masalah-masalah organisasi

UMN