



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.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari membuat manusia dapat saling bertukar pikiran atau pendapat dan menyampaikan kebutuhannya satu sama lain. Karena pada hakikatnya manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Komunikasi berfungsi pula sebagai jembatan dalam menyampaikan makna.

Dalam kehidupan organisasi, komunikasi sangatlah diperlukan ketika bekerja karena interaksi yang ada antar anggota organisasi pasti diimbangi oleh komunikasi. Tanpa adanya komunikasi, masing-masing anggota organisasi tidak akan dapat mengerti makna sebuah pesan dari anggota yang satu dengan lainnya. Komunikasi yang terjadi bukan hanya komunikasi verbal, melainkan juga komunikasi nonverbal.

Adanya komunikasi dalam organisasi membuat alur perusahaan semakin jelas dan terarah karena adanya pertukaran pikiran melalui komunikasi. Namun, komunikasi-komunikasi yang berada dalam sebuah perusahaan, tentunya akan berbeda dengan komunikasi yang terdapat di perusahaan lain karena dipengaruhi oleh ciri khas atau budaya dalam organisasi tersebut.

Menurut Hall (dikutip dalam Mulyana, 2004, h.294) secara implisit menyatakan “komunikasi adalah budaya” dan “budaya adalah komunikasi” yang berarti budaya dapat dicerminkan melalui komunikasi. Budaya telah menjadi

bagian dari perilaku komunikasi yang pada gilirannya komunikasi akan menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. Hal tersebut karena budaya dan komunikasi memiliki hubungan timbal balik.

Menurut Mulyana (2012, h. 6-19) pada dasarnya komunikasi dan kebudayaan adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan. Budaya juga tidak sebatas menentukan berbicara dengan siapa, tentang apa, bagaimana mengirim pesan dan menfasirkannya. Tetapi, budaya merupakan landasan komunikasi seseorang dalam berkomunikasi dengan orang lain.

Deal & Kennedy (dikutip dalam Pace & Faules, 2010, h. 61) menjelaskan bahwa budaya organisasi terdiri dari nilai-nilai perusahaan, ritual, dan simbol yang secara bersama-sama dapat dipahami oleh masing-masing anggota organisasi yang bekerja di dalamnya. Komunikasi dianggap sebagai hal yang mampu mewakili budaya organisasi karena dari komunikasi anggota organisasi mengalami interaksi dan pemahaman yang berulang-ulang hingga terciptanya iklim komunikasi organisasi dari pemahaman bersama tersebut.

Deal & Kennedy (dikutip dalam Pace & Faules, 2010, h. 61) menjelaskan bahwa budaya dan komunikasi yang ada dalam sebuah organisasi membuat terciptanya iklim komunikasi organisasi. Komunikasi yang terjadi dalam kehidupan organisasi pun dipengaruhi dan mempengaruhi iklim organisasi tersebut. Setiap harinya komunikasi terjadi antar anggota organisasi, sehingga hal tersebut akan membentuk iklim organisasi dan mempengaruhi anggota organisasi dalam berkomunikasi. Secara keseluruhan, iklim lebih terlihat sebagai sifat budaya daripada suatu budaya itu sendiri. Hal tersebut berarti, bahwa memahami

iklim komunikasi organisasi maka kita akan mampu memahami sifat budaya dalam sebuah organisasi. Dalam arti lain, dengan memahami iklim komunikasi organisasi, maka kita akan mengetahui gambaran mengenai bagaimana berlangsungnya kehidupan budaya organisasi.

Baik atau tidaknya komunikasi yang terjalin antar anggota organisasi tersebut dapat ditentukan oleh iklim organisasi dan budaya yang ada. Budaya dan iklim komunikasi yang tidak kondusif dapat membuat anggota organisasi tidak nyaman dan tidak baik dalam berkomunikasi. Buruknya budaya organisasi dan iklim komunikasi organisasi pula dapat menurunkan motivasi karyawan sehingga tidak mampu menghasilkan kinerja yang baik. Jika hal ini berlangsung terus menerus, maka dapat membawa kerugian bagi sebuah perusahaan. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus dapat menjalankan budaya organisasi dan iklim komunikasi organisasi yang baik agar karyawan-karyawan yang bekerja di dalamnya mampu termotivasi dan dapat melaksanakan pekerjaannya secara maksimal.

Karyawan dalam organisasi masih menjadi topik yang patut dibahas dan diidentifikasi terkait faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi motivasinya. Motivasi merupakan dorongan yang muncul dari dalam diri seseorang karena rasa ingin akan suatu kebutuhan atau tujuan tertentu. Tanpa adanya motivasi yang baik, produktivitas karyawan pun menjadi tidak baik dan tujuan organisasi tidak akan bisa tercapai. Sebaliknya, adanya motivasi yang baik akan menimbulkan produktivitas yang baik dan tujuan organisasi pun dapat terwujud, karena motivasi merupakan kunci perusahaan dalam memperoleh hasil yang baik.

Pada kenyataannya, manusia berkomunikasi tidak hanya melalui tatap muka. Komunikasi juga dapat dijalin melalui telepon genggam yang difasilitasi jasa dan layanan seluler. Industri seluler di Indonesia merupakan salah satu industri yang berperan sangat penting dalam komunikasi masyarakat sehari-hari karena menyediakan jasa dan layanan untuk dapat berkomunikasi tanpa terhambat oleh jarak dan waktu.

Salah satu perusahaan kartu seluler Indonesia yang berperan sangat penting dalam komunikasi masyarakat luas yaitu PT XL Axiata, Tbk. Perusahaan tersebut selalu berada dalam tiga besar perusahaan seluler Indonesia. Dari tahun ke tahun, PT. XL Axiata, Tbk selalu dapat mempertahankan eksistensinya untuk bertahan dalam tiga besar.

Pada 2014, PT. XL Axiata, Tbk dapat menunjukkan peningkatannya sebagai urutan kedua dalam tiga besar seluler Indonesia. Peningkatan prestasi tersebut tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor manajemen dalam perusahaan. Peningkatan prestasi membuat PT. XL Axiata, Tbk semakin sengit dalam bersaing dengan operator telekomunikasi lainnya di Indonesia.

Persaingan sengit antar perusahaan seluler pun disadari oleh PT. XL Axiata, Tbk sehingga membuatnya menghadirkan layanan 4G LTE yang semakin luas dan kehadiran *handset* dengan harga terjangkau di tengah-tengah masyarakat. Hal tersebut nantinya akan menambah sengitnya persaingan dengan operator telekomunikasi lain di Indonesia. Kemudahan yang diberikan untuk masyarakat dalam penyediaan dan perluasan jaringan 4G LTE dengan harga terjangkau inilah

yang membuat pertumbuhan industri PT.XL.Axiata, Tbk semakin meningkat pula. (swa.co.id, 2016, para. 2).

Pada 19 Mei 2016, PT. XL Axiata, Tbk kembali meraih dua penghargaan internasional. Kinerja perusahaan yang baik menuai hasil yang baik dan memperoleh pengakuan dari para pelaku di industri teknologi dunia. Penghargaan yang diraih yaitu *Telco Cloud Award 2016* kategori *Best Telco Cloud Partnership* yang diumumkan bersamaan dengan pelaksanaan *7th Annual Telco Cloud* di London. Berdasarkan siaran media, ajang tersebut merupakan ajang bergengsi dalam kancah dunia *Cloud* yang dinilai oleh para juri independen yaitu pakar dalam bidang *cloud*. (bisnisrakyatku.com, 2016, para. 1).

Penghargaan tersebut diraih karena proyek *Xmart Village 2.0* XL dengan layanan *XCloud* mampu memukau para juri dan membuat PT. XL Axiata, Tbk menjadi satu-satunya pemenang dari Indonesia. Keberhasilan demi keberhasilan yang diraih tentu berkat arahan pemimpin yang menerapkan budaya organisasi serta iklim komunikasi organisasi yang seragam dan baik kepada para karyawannya. Presiden Direktur PT. XL Axiata, Tbk yaitu Dian Siswarini pun turut menyanggah predikat "*Career Woman of The Year*" dari ajang yang diselenggarakan oleh *Elle Magazine* untuk sejumlah figur yang berkontribusi dalam dunia kecantikan, *fashion*, *entertainment* dan *professional*. (bisnisrakyatku.com, 2016, para 1 & 5).

Terlepas dari predikat "*Career Woman of The Year*" tersebut, masa jabatan Dian Siswarini sebagai CEO PT. XL Axiata, Tbk baru terhitung satu tahun lebih sejak 1 April 2015 yang ditetapkan bersamaan dengan RUPS-LB. Tetapi

singkatnya masa jabatan tersebut mampu membuatnya memperoleh penghargaan bergengsi sebagai pemimpin salah satu dari tiga besar perusahaan telekomunikasi terbaik Indonesia. (bisnisrakyatku.com, 2016, para. 5)

Namun, di balik prestasi-prestasi yang telah mampu diraih PT.XL Axiata, Tbk, terdapat isu yang beredar di media bahwa terjadi pengunduran diri secara sukarela sebanyak 100 karyawan. Munculnya isu negatif tersebut tidak mengurangi prestasi-prestasi yang berhasil diraih oleh PT XL Axiata, Tbk berdasarkan pemberitaan media massa. Penghargaan demi penghargaan pun tetap mampu diraih seakan pengunduran diri karyawan tersebut tidak berdampak buruk bagi performa perusahaan. (liputan6.com, 2016, para. 4)

Sehingga membuat peneliti ingin mengetahui bagaimana cara PT. XL Axiata, Tbk sampai saat ini tetap memperoleh keberhasilan meskipun diterpa isu negatif. Tentunya, keberhasilan yang diperoleh merupakan hasil kerja sumber daya manusia (SDM) sebagai pihak yang menjalankan subsistem organisasi seperti departemen-departemen dalam perusahaan yang merupakan bagian-bagian dari sistem organisasi. (Harris & Kennedy, 2014, h. 304)

Berdasarkan data-data yang diperoleh peneliti, fokus pembahasan penelitian ini adalah mengenai budaya organisasi, iklim komunikasi organisasi dan motivasi kerja karyawan. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui apakah budaya organisasi dan iklim komunikasi organisasi perusahaan memiliki pengaruh terhadap motivasi kerja karyawan dan seberapa besar pengaruh tersebut. Hasil penelitian ini akan dituangkan dalam skripsi berjudul “Pengaruh Budaya

Organisasi dan Iklim Komunikasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan (Survei pada Karyawan PT. XL Axiata, Tbk.)”

1.2 Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh budaya organisasi secara parsial atau individual terhadap motivasi kerja karyawan?
2. Adakah pengaruh iklim komunikasi organisasi secara parsial atau individual terhadap motivasi kerja karyawan?
3. Adakah pengaruh budaya organisasi dan iklim komunikasi secara simultan atau bersamaan terhadap motivasi kerja karyawan?
4. Seberapa besar pengaruh budaya organisasi secara parsial atau individual terhadap motivasi kerja karyawan?
5. Seberapa besar pengaruh iklim komunikasi secara parsial atau individual terhadap motivasi kerja karyawan?
6. Seberapa besar pengaruh budaya organisasi dan iklim komunikasi secara simultan atau bersamaan terhadap motivasi kerja karyawan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian Pengaruh Budaya Organisasi dan Iklim Komunikasi terhadap Motivasi Kerja Karyawan PT. XL Axiata, Tbk sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh budaya organisasi secara parsial atau individual terhadap motivasi kerja karyawan
2. Untuk mengetahui adakah pengaruh iklim komunikasi organisasi secara parsial atau individual terhadap motivasi kerja karyawan

3. Untuk mengetahui adakah pengaruh budaya organisasi dan iklim komunikasi secara simultan atau bersamaan terhadap motivasi kerja karyawan
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya organisasi secara parsial atau individual terhadap motivasi kerja karyawan
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklim komunikasi organisasi secara parsial atau individual terhadap motivasi kerja karyawan
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh budaya organisasi dan iklim komunikasi secara simultan atau bersamaan terhadap motivasi kerja karyawan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Akademis

1. Memberikan referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti mengenai budaya organisasi dan iklim komunikasi dalam suatu perusahaan.
2. Memberikan pengetahuan apakah ada faktor lain yang dapat mempengaruhi motivasi kerja karyawan dalam memperoleh tujuan organisasi.
3. Untuk memperkuat teori dalam keilmuan komunikasi yaitu teori komunikasi organisasi

1.4.2 Praktis

Memberikan kontribusi bagi PT. XL Axiata, Tbk dalam memberikan masukan atau saran untuk meningkatkan budaya organisasi dan iklim komunikasi organisasi menjadi lebih baik agar menghasilkan motivasi kerja karyawan yang baik dan selalu membawa prestasi bagi perusahaan.