



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

Komunikasi merupakan hal yang paling penting bagi suatu perusahaan. Karena dengan adanya komunikasi, maka tiap anggota perusahaan dapat menjalin dan meningkatkan kinerja yang nantinya dapat menghasilkan sinergi antar sesama. Sama halnya dengan apa yang dikemukakan oleh Scheidel (Mulyana, 2011, h. 4) bahwa kita berkomunikasi terutama untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain.

Pada umumnya tiap perusahaan pasti memiliki tujuan yang sama, yakni ingin mempertahankan dan dapat terus meningkatkan inovasi agar dapat bersaing secara sehat dengan perusahaan lain. Namun, pasti terdapat sejumlah hambatan yang dapat mengganggu atau memperlambat komunikasi sehingga berjalan tidak efektif. Hal yang dapat dilakukan guna menyasati terjadinya hambatan tersebut ialah dengan meningkatkan budaya berkomunikasi dalam perusahaan tersebut agar di dalam diri para karyawan perusahaan itu sendiri telah tertanam nilai untuk bisa menjadi karyawan yang kompetitif, seperti apa yang dikemukakan oleh Edward T. Hall (dalam Mulyana, 2011, h. 6) yakni “budaya adalah komunikasi” dan “komunikasi adalah budaya”.

Menurut Robbins (2006, h. 721), terdapat kesepakatan yang luas bahwa budaya organisasi mengacu ke sistem makna bersama yang dianut oleh anggota-anggota yang membedakan organisasi itu dari organisasi-organisasi lain. Maka, pada dasarnya budaya organisasi merupakan serangkaian karakter penting yang menjadi suatu nilai bagi organisasi, dimana berarti setiap organisasi tentu saja memiliki budaya organisasi yang berbeda antara satu dengan yang lain.

Era globalisasi yang ditandai dengan beroperasinya perusahaan multinasional di banyak negara memungkinkan berkumpulnya karyawan dari beragam budaya, sehingga gaya berkomunikasi antarkaryawan dalam satu perusahaan pun tentu berbeda-beda, ada yang menganut gaya komunikasi secara langsung dan terbuka, namun ada pula yang merasa tidak nyaman dengan gaya tersebut. Karena itulah setiap karyawan perlu untuk memahami bagaimana cara agar dapat menyesuaikan keberagaman budaya tersebut.

Keberagaman yang dimiliki oleh tenaga kerja mempunyai implikasi penting pada praktik manajemen, para manajer harus mengubah filosofi mereka dari memperlakukan setiap orang dengan cara yang sama menjadi mengenali perbedaan dan menyikapi mereka yang berbeda dengan cara-cara yang menjamin kesetiaan karyawan dan peningkatan produktivitas dan tidak melakukan diskriminasi (Robbins, 2006, h. 19). Adanya perbedaan *level* dalam perusahaan terutama *level* yang dimiliki oleh tenaga kerja, jika dikelola dengan cara yang positif, dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi yang baik dan menghasilkan sesuatu yang positif dalam organisasi tersebut.

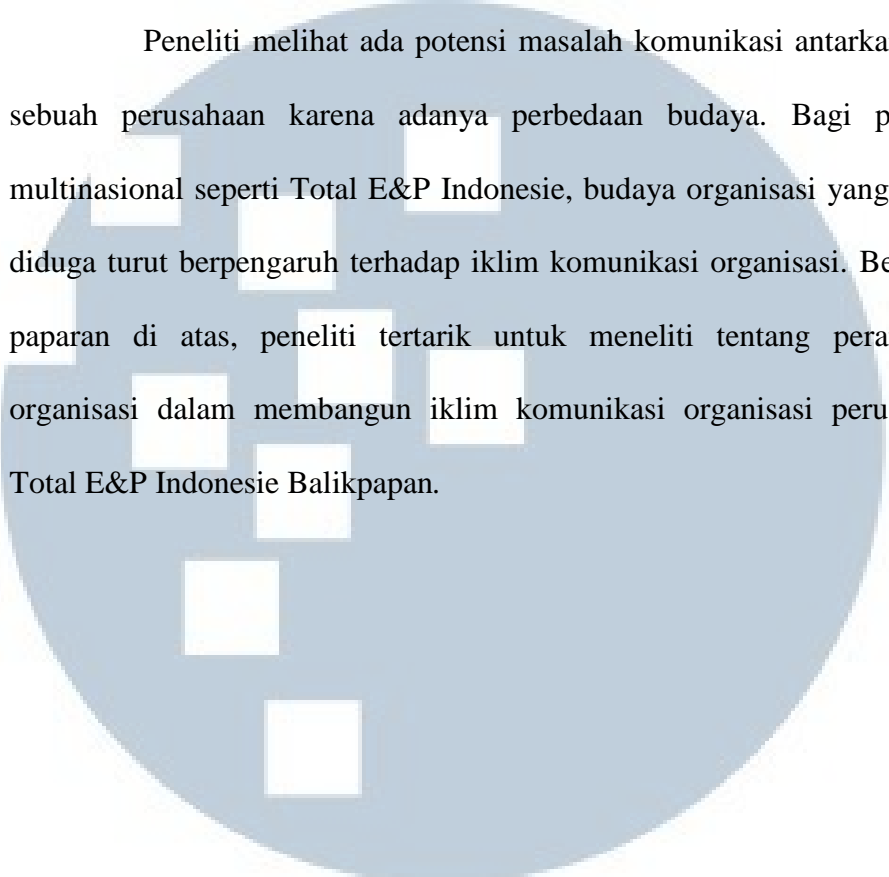
Iklm organisasi merupakan suatu kondisi atau cerminan dari budaya organisasi yang sudah terbentuk. Menurut Ruben & Stewart (2006, h. 317) *“An organization’s climate is the atmosphere or tone members of the organization experience as they go about their daily routines.”* Iklm adalah aspek lain dari organisasi di mana komunikasi memainkan peran langsung dan peran yang terkait erat dengan budaya. Iklm organisasi merupakan suatu kondisi khas yang terdapat pada masing-masing organisasi yang nantinya akan membedakan antara satu organisasi dengan organisasi lain. Proses ini juga terbentuk pada diri karyawan ketika berhadapan dengan kondisi lingkungan kerja mereka secara keseluruhan. Fokus utama dari suatu perusahaan ialah bagaimana dapat menciptakan budaya organisasi yang nantinya menciptakan suatu iklm perusahaan agar dapat membuat nyaman baik suasana didalamnya maupun komunikasi yang terjalin didalam perusahaan tersebut.

Total E&P Indonesia merupakan perusahaan energi multinasional yang beroperasi lebih dari 130 negara dan melibatkan lebih dari 100 ribu karyawan di dalamnya. Dengan jumlah karyawan yang terhitung besar tersebut tentu menjadi tantangan tersendiri bagi Total E&P Indonesia untuk terus mengelola dan meningkatkan komunikasi internal perusahaan. Total E&P Indonesia (TEPI) didirikan di Indonesia pada tanggal 14 Agustus 1968 dan seratus persen sahamnya dimiliki oleh Total Group yang berkantor pusat di Paris. Total E&P Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang eksplorasi dan eksploitasi minyak dan gas bumi, dapat dikatakan bahwa dalam kesehariannya berkaitan dengan pekerjaan yang berisiko tinggi.

Maka, baik dari Total Group yang berada di Paris, maupun Total Indonesia, semua menjunjung tinggi keselamatan kerja.

Mengingat bahwa perusahaan ini berlatar belakang perusahaan yang bergerak pada bidang eksplorasi dan eksploitasi minyak dan gas bumi, tentu memiliki banyak lapangan (*site*) untuk memproduksi gas tersebut, 12 *Golden Rules* di TEPI merupakan prinsip-prinsip dasar dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari agar pekerjaan tersebut dapat dilaksanakan dengan benar dan aman. Prinsip dasar tersebut diterapkan secara konsisten, pengawasan terkait keselamatan kerja pun terus dilakukan baik ketika sedang bekerja di lapangan (*site*) maupun di kantor, dan dengan kerja sama yang baik dalam menjaga keselamatan kerja diharapkan nantinya akan mencapai hasil yang terbaik.

Sebagai perusahaan asing, Total E&P Indonesia juga memiliki keberagaman budaya di dalamnya, mengingat banyaknya *expatriat* yang berasal dari berbagai macam negara yang kemudian bekerja dan perlu beradaptasi dengan karyawan lokal lain. Dari data yang didapat, penghujung tahun 2015 merupakan masa dimana Total E&P Indonesia mempekerjakan *expatriat* dengan jumlah terbanyak, yakni 67 *expatriat* yang berasal dari berbagai negara, yakni Perancis, Belgia, Dutch, Irish, dan masih banyak lagi. Keberagaman budaya tersebut tentu memiliki gaya berkomunikasi yang bermacam-macam, terlebih gaya kepemimpinan dan kebiasaan dalam berkomunikasi sehari-harinya yang memang berasal dari kebiasaan *expatriat* itu sendiri.



Peneliti melihat ada potensi masalah komunikasi antarkaryawan di sebuah perusahaan karena adanya perbedaan budaya. Bagi perusahaan multinasional seperti Total E&P Indonesia, budaya organisasi yang dibangun diduga turut berpengaruh terhadap iklim komunikasi organisasi. Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti tentang peran budaya organisasi dalam membangun iklim komunikasi organisasi perusahaan di Total E&P Indonesia Balikpapan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana peran Divisi *Corporate Communications* dalam membangun Budaya *Safety Culture* di Total E&P Indonesia?
2. Apakah penerapan *corporate value* dapat menciptakan iklim komunikasi di Total E&P Indonesia Balikpapan?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan memahami peran Divisi *Corporate Communications* dalam membangun Budaya *Safety Culture* di Total E&P Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan memahami penerapan *corporate value* dapat menciptakan iklim komunikasi di Total E&P Indonesia Balikpapan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

Dapat bermanfaat untuk memudahkan dalam hal menerapkan ilmu yang telah peneliti terima selama peneliti menjadi mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara serta menjadi bahan referensi terkait penelitian sekitar komunikasi organisasi, khususnya budaya organisasi dalam membangun iklim komunikasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi perusahaan Total E&P Indonesia dalam upaya menerapkan dan membangun budaya organisasi yang berdampak positif bagi iklim komunikasi.

