



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

Manusia tidak dapat hidup sendiri dan membutuhkan orang lain. Hakikat manusia yang merupakan makhluk sosial membuat manusia memiliki keterbatasan kemampuan dalam mencapai tujuannya tanpa bekerja sama dengan orang lain. Hal inilah yang menjadi dasar mengapa manusia perlu membangun hubungan dan bekerja sama dalam sebuah organisasi.

Menurut Shockley-Zalabak (2009:14), organisasi adalah hasil dari proses pengorganisasian; sistem yang dinamis di mana individu saling terikat dalam usaha kolektif dalam mencapai tujuan. Menurut Daft (2003:12), organisasi merupakan entitas sosial yang terdiri atas dua orang atau lebih yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu melalui pembagian tugas dan tanggung jawab untuk memenuhi kinerja mereka.. Dalam proses bekerja sama tersebut anggota organisasi tentunya berinteraksi satu sama lain. Ketika anggota dalam organisasi tersebut saling berinteraksi terjadilah proses komunikasi.

Komunikasi yang baik terjadi jika adanya kesamaan makna antara pengirim pesan dengan penerima pesan. Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sebuah organisasi. Dalam keberlangsungan hidup organisasi tentunya anggota

organisasi melakukan komunikasi satu sama lain. Komunikasi tersebut dapat berlangsung dalam konteks pekerjaan ataupun di luar konteks pekerjaan.

Komunikasi yang tidak berlangsung dengan baik antaranggota organisasi dapat berakibat negatif bagi organisasi tersebut. Komunikasi yang tidak baik dapat menyebabkan ketidaknyamanan dan kesalahpahaman antaranggota organisasi. Hal ini dapat menghambat organisasi dalam mencapai tujuan organisasi.

Komunikasi yang terjadi di organisasi dipengaruhi dan memengaruhi iklim komunikasi di organisasi tersebut. Komunikasi yang dilakukan setiap hari antaranggota organisasi akan membentuk iklim organisasi. Iklim organisasi yang ada di organisasi tersebut juga memengaruhi anggota organisasi dalam berkomunikasi satu sama lain.

Iklim organisasi di sebuah organisasi menentukan apakah komunikasi antar anggota di organisasi tersebut berlangsung dengan baik. Iklim komunikasi yang kondusif dan nyaman akan membuat anggota organisasi dapat berkomunikasi dengan baik dan nyaman dengan anggota organisasi lainnya. Namun sebaliknya, jika iklim komunikasi tidak nyaman maka anggota organisasi tidak dapat berkomunikasi dengan baik dengan anggota lainnya, sehingga dapat terjadi kesalahpahaman.

Setiap anggota organisasi memiliki latar belakang yang berbeda-beda, baik latar belakang pendidikan, suku, agama, dan ras, sehingga dalam berkomunikasi tentunya membutuhkan iklim komunikasi yang kondusif. Namun perbedaan latar

belakang tersebut terkadang menyebabkan adanya konflik atau tidak kondusifnya iklim komunikasi.

Komunikasi yang tidak baik terjadi pada British Airways yang menyebabkan kru mogok 3 hari sehingga 1.100 penerbangan akan dibatalkan.¹ British Airways tidak membangun komunikasi yang baik antara manajemen dengan karyawan terkait dengan kebijakan pengurangan ongkos operasional.

Kasus serupa juga terjadi pada PT. Golden Castle , bergerak dalam bidang konveksi atau textil, mengalami konflik antara perusahaan dengan karyawan. Konflik ini terjadi yang disebabkan oleh adanya *miss communication* antar atasan dengan karyawan. Adanya perubahan kebijakan dalam perusahaan mengenai penghitungan gaji atau upah kerja karyawan , namun pihak perusahaan belum memberitahukan para karyawan, sehingga karyawan merasa diperlakukan semena-mena oleh pihak perusahaan. Para karyawan mengambil tindakan yaitu dengan mendemo perusahaan.²

Berdasarkan dua kasus di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi sangatlah penting dalam sebuah perusahaan. Komunikasi yang tidak terjalin dengan baik antar anggota maupun anggota dengan manajemen dapat membawa kerugian bagi perusahaan, seperti demo dan mogok kerja. Hal ini tentunya menyebabkan perusahaan tidak dapat beroperasi sehingga mengalami kerugian yang besar. Hal ini dapat dicegah dengan membangun iklim organisasi yang baik

¹ hazellsqandinavy.wordpress.com/2012/03/09/beberapa-kasus-dalam-perusahaan/ diakses pada 10-September-2014 pukul 19.44.

² <http://kewarganegaraangunadarma.blogspot.com/2011/10/konflik-antara-perusahaan-dengan.html>. 10-September-2014 pukul 19.44

sehingga dapat mendukung terjadinya komunikasi yang efektif dalam perusahaan.

Iklm komunikasi yang buruk dapat menurunkan kinerja dan motivasi karyawan. Karyawan menjadi tidak termotivasi dalam melaksanakan pekerjaannya karena tidak merasa nyaman dengan iklim komunikasi yang ada. Jika hal ini berlangsung terus menerus dapat membawa kerugian bagi perusahaan. Iklim komunikasi yang baik membuat karyawan nyaman berkomunikasi sehingga dapat melaksanakan pekerjaannya dengan baik.

Iklm komunikasi sangatlah penting bagi semua perusahaan di berbagai bidang industri. Salah satunya adalah industri *public relations* yang sedang mengalami pertumbuhan . SWA mengatakan bahwa industri humas (*public relations* atau PR) global mencatat pertumbuhan sekitar 8 persen di tahun 2012. Angka tersebut menjadi indikasi menarik dari munculnya kekuatan baru di industri PR global. Menurut World PR Report yang dilansir oleh The Holmes Report dan The International Communications Consultancy Organisation (ICCO), Asia-Pasifik merupakan kontributor terbesar dalam pertumbuhan PR dunia dengan raihan angka sebesar 13,6 persen.³

³ Eva. <http://swa.co.id/business-research/catatan-manis-industri-pr-asia-pasifik>. Diakses pada 20-November-2014, pukul 13.48.

Gambar 1.1. 10 Besar Pertumbuhan Agensi PR dunia 2012

DAFTAR SEPULUH BESAR AGENSI PR DENGAN PERTUMBUHAN TERTINGGI DI DUNIA TAHUN 2012			
Agensi	Asal	Pertumbuhan (%)	Pendapatan Tahun 2012 (dalam USD)
Newgate Communications	Inggris	555,5	5,463,024
Fortune PR	Indonesia	198,8	10,055,460
Iris Worldwide	Inggris	155,2	10,858,856
Marco de Comunicacion	Spanyol	75,0	6,922,125
Zeno Group	Amerika Serikat	73,8	24,412,282
We Are Social	Inggris	72,7	22,750,085
kwittken + company worldwide	Amerika Serikat	70,0	8,500,000
W Communications	Inggris	59,0	2,895,728
Tangerine PR	Inggris	46,1	4,294,002
Mitchell Communications Group, LLC	Amerika Serikat	41,1	14,335,377

Sumber : swa.co.id

Dari hasil survei yang dilakukan, *The Holmes Report* merilis daftar agensi PR yang memiliki pertumbuhan paling pesat di dunia. Dari sepuluh agensi teratas, Indonesia berhasil menempati satu tempat, yaitu ditempati oleh Fortune PR. Dengan pertumbuhan sebesar 199 persen, Fortune PR menjadi pencetak pertumbuhan tertinggi kedua di dunia pada tahun 2012, bersaing dengan agensi dari Inggris, Amerika Serikat, dan Spanyol.

The Holmes Report adalah sebuah sarana publikasi PR ternama di dunia. Setiap tahun, *The Holmes Report* mengeluarkan *Agency Report Card* sebagai penilaian independen terhadap performa perusahaan konsultan PR di seluruh dunia. *Agency Report Card* inilah yang dijadikan rujukan oleh banyak perusahaan dalam memilih konsultan komunikasi, salah satunya dengan memberikan

penghargaan *American Consultancy of The Year*, *EMEA Consultancy of The Year*, dan *Asia Pacific Consultancy of The Year*.⁴

Ketatnya persaingan bisnis *public relations consultant* membuat *public relations consultant* harus memiliki strategi khusus dalam menjalankan usahanya. Kepuasan klien menjadi hal yang utama. Jika klien merasa puas menggunakan jasa *public relations* tersebut maka klien akan terus menggunakan jasa konsultan tersebut. Pihak *public relations consultant* yang berhadapan langsung dengan klien adalah karyawan atau *public relations officer*.

Public relations officer adalah ujung tombak perusahaan karena merekalah yang berhadapan langsung dengan klien. Maka itu *public relations officer* diharapkan dapat bekerja dengan maksimal dan dapat melayani klien dengan baik. Salah satu faktor yang memengaruhi kinerja karyawan adalah kepuasan kerja karyawan tersebut. Jika karyawan mendapatkan kepuasan kerja maka karyawan tersebut akan bekerja dengan nyaman dan maksimal.

Menurut Robbins (2003:347), setiap tim, kelompok, atau organisasi, anggota-anggota tim akan berusaha untuk membangkitkan sinergi positif untuk menghasilkan tingkat kinerja yang optimal. Dalam mewujudkan sinergi positif tersebut dibutuhkan peran pimpinan dalam tim untuk memahami, memotivasi, dan melakukan koordinasi anggota tim. Maka itu setiap organisasi harus memiliki seorang pemimpin.

⁴ Eva. <http://swa.co.id/business-research/catatan-manis-industri-pr-asia-pasifik>. Diakses pada 20-November-2014, pukul 13.48.

Tiap pemimpin organisasi tersebut memiliki gaya kepemimpinan yang berbeda-beda. Menurut Malayu (2012:17), seorang pemimpin memiliki gaya kepemimpinan yang dapat memengaruhi perilaku bawahannya agar mau bekerja sama dan bekerja secara produktif untuk mencapai tujuan. Gaya kepemimpinan yang tepat dapat meningkatkan kinerja karyawan, menciptakan rasa nyaman bekerja, dan kepuasan kerja karyawan.

Tidak semua pemimpin dapat menggunakan gaya kepemimpinan yang tepat dalam memimpin. Berikut ini pemimpin yang memiliki gaya kepemimpinan yang buruk. Pertama, Husni Mubarak yang merupakan presiden Mesir yang memerintah selama kurang lebih 30 tahun. Ia adalah seorang pemimpin yang diktator, kejam, dan korup serta tidak peka dengan krisis ekonomi yang melanda Mesir. Pada masa pemerintahannya terjadi demonstrasi besar-besaran di seluruh Mesir selama 18 hari. Hal ini akhirnya menyebabkan Presiden Mubarak mundur pada tanggal 11 Februari 2011 sekaligus menjadi awal revolusi Mesir.⁵

Kedua, yaitu CEO General Motors, Rick Wagoner yang mengundurkan diri karena gagal memimpin General Motors. General Motors gagal memnuhi target dikarenakan adanya mismanajemen sehingga mengakibatkan kerugian dan hutang yang besar. Hal ini disebabkan karena Rick Wagoner tidak dapat memimpin dan memberikan arahan pada manajemen untuk mengelola produksi.⁶

⁵ <https://helmanilaadi.wordpress.com/tag/8-pemimpin-yang-otoriter/>.diakses pada 20-Februari 2015 pukul 20.09.

⁶ <http://entrepreneurleadercenter.blogspot.com/2009/03/kegagalan-pemimpin-perusahaan.html>, diakses pada 20 Februari 2015 pada pukul 20.15.

Dari dua contoh tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan sebuah organisasi, perusahaan dan negara ditentukan oleh bagaimana pemimpin tersebut memimpin. Pemimpin tersebut mewujudkan cara memimpinnya melalui gaya kepemimpinan yang dimilikinya. Gaya kepemimpinan ini tidak begitu saja muncul, namun dipengaruhi oleh latar belakang pemimpin tersebut seperti latar belakang pendidikan, budaya, suku, dan ras. Gaya kepemimpinan ini juga dapat dilatih melalui pengalaman dan pengetahuan yang didapatkan oleh pemimpin tersebut.

Setiap divisi di PT Fortune Pramana Rancang terdiri dari 10 karyawan dan satu manajer. *Manager* bertugas untuk mengkoordinasikan dan mengarahkan *public relations officer* di divisi tersebut agar tujuan perusahaan dapat tercapai. Manajer tersebut juga bertugas untuk memotivasi dan mengayomi karyawannya agar karyawannya dapat bekerja dengan nyaman.

Pemimpin tersebut tidak selalu berorientasi pada profit semata saja. Namun lebih dari itu, pemimpin haruslah mengenal dan memahami karyawannya. Pemimpin yang mengenal karyawannya dengan baik maka dapat mengetahui karakter, sifat, dan kebutuhan karyawannya, sehingga dapat menentukan bagaimana cara berkomunikasi dan membangun hubungan yang baik dengan karyawannya. Pemimpin juga harus mampu membuat karyawannya merasa senang dan nyaman bekerja, sehingga karyawan dapat merasa puas bekerja karena dipimpin oleh orang yang dapat mengerti dan memotivasi serta mendengarkan karyawan tersebut.

Setiap pemimpin atau manajer memiliki gaya kepemimpinan yang berberda. Hal tersebut memengaruhi bagaimana komunikasi dan hubungan yang terjalin antara pimpinan dengan anggota tim, anggota tim dengan pimpinan, dan antar anggota tim, atau dengan kata lain memengaruhi iklim komunikasi organisasi tersebut. Namun, tidak semua gaya kepemimpinan bisa diterima dan sesuai dengan kondisi tim dan organisasi yang dipimpin.

Gaya kepemimpinan ini menjadi hal yang penting dalam sebuah organisasi termasuk di PT Fortune Pramana Rancang. Manajer yang memiliki gaya kepemimpinan tepat maka dapat membuat karyawan bekerja dengan nyaman, senang, dan termotivasi sehingga karyawan dapat merasa puas ketika bekerja. Namun jika gaya kepemimpinan store manager tidak sesuai dengan keadaan di perusahaan maka karyawan menjadi tidak nyaman dan tidak produktif dalam bekerja. Hal ini tentunya menghambat perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan.

Peneliti juga mendapatkan bahwa *workload* dari masing-masing *public relations officer* di PT. Fortune Pramana Rancang sangatlah tinggi. Hal ini peniliti temukan ketika peneliti melakukan observasi dan melakukan kerja magang di PT. Fortune Pramana Rancang. Keadaan ini menyebabkan terjadinya *miss communication* antara anggota tim. *Pressure* kerja yang tinggi juga menyebabkan anggota sering bekerja dalam tekanan yang tinggi sehingga diperlukan iklim komunikasi yang kondusif agar dapat berkoordinasi dengan anggota lainnya. Dalam keadaan ini juga diperlukan pimpinan yang dapat

mengarahkan dan mengkoordinasikan anggotanya dalam melaksanakan pekerjaannya terlebih dalam memberikan layanan kepada klien.

Berdasarkan paparan di atas, maka itu peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan pada PT Fortune Pramana Rancang terhadap kepuasan kerja karyawannya. Topik ini penting untuk diteliti, karena iklim komunikasi menjadi sangat penting dalam sebuah perusahaan. Terlebih dengan adanya persaingan bisnis yang ketat dan juga *workload* yang tinggi sehingga perusahaan harus memiliki sumber daya yang dapat bekerja dengan maksimal. Salah satu cara agar karyawan dapat merasa puas bekerja yaitu dengan membangun iklim komunikasi yang nyaman dan kondusif.

Peneliti memilih PT Fortune Pramana Rancang karena merupakan konsultan komunikasi yang menawarkan jasa *full service strategic communication* yang merupakan satu-satunya konsultan komunikasi di Indonesia yang terdaftar di bursa efek Indonesia dengan nama FORU. PT. Fortune Pramana Rancang juga mendapatkan berbagai penghargaan karena kualitas dan kinerja yang baik dalam memberikan layanan komunikasi strategi kepada karyawan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang ingin diteliti adalah :

- 1.2.1. Adakah pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan PT Fortune Pramana Rancang?

- 1.2.2. Seberapa kuat pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan PT Fortune Pramana Rancang?
- 1.2.3. Adakah pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT Fortune Pramana Rancang?
- 1.2.4. Seberapa kuat gaya kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT Fortune Pramana Rancang?
- 1.2.5. Adakah pengaruh iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan secara bersama-sama terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Fortune Pramana Rancang?
- 1.2.6. Seberapa kuat pengaruh iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan secara bersama-sama terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Fortune Pramana Rancang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian “Pengaruh Iklim Komunikasi dan Gaya Kepemimpinan terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT Fortune Pramana Rancang” adalah :

- 1.3.1. Untuk mengetahui adakah pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan PT Fortune Pramana Rancang.
- 1.3.2. Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan PT Fortune Pramana Rancang.
- 1.3.3. Untuk mengetahui adakah pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT Fortune Pramana Rancang.

1.3.4. Untuk mengetahui seberapa kuat gaya kepemimpinan terhadap kepuasan kerja karyawan PT Fortune Pramana Rancang.

1.3.5. Untuk mengetahui adakah pengaruh iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan secara bersama-sama terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Fortune Pramana Rancang?

1.3.6. Untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh iklim komunikasi dan gaya kepemimpinan secara bersama-sama terhadap kepuasan kerja karyawan PT Fortune Pramana Rancang.

1.4. Signifikansi Penelitian

a. Signifikansi Akademis

Melalui penelitian ini dapat memberikan ilmu komunikasi khususnya terkait dengan iklim organisasi. Penelitian ini juga ingin menjelaskan bagaimana iklim organisasi di sebuah perusahaan, bagaimana iklim komunikasi menjadi faktor yang penting dalam kehidupan organisasi.

b. Signifikansi Praktis

Penelitian ini dapat menjadi tinjauan evaluatif bagi PT Fortune Pramana Rancang dalam menilai iklim komunikasi yang dibangun dan seberapa besar tingkat kepuasan kerja karyawan. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT Fortune Pramana Rancang dalam membangun kebijakan terkait dengan iklim komunikasi.

Penelitian ini juga dapat menjadi tinjauan evaluatif bagi manajer di masing-masing divisi PT Fortune Pramana Rancang mengenai gaya kepemimpinan yang diterapkan selama ini sudah efektif atau belum. Penelitian ini juga menjadi pertimbangan bagi manajer PT Fortune Pramana Rancang Jakarta apakah karyawan telah merasa puas dengan gaya kepemimpinan dan iklim komunikasi pada PT. Fortune Pramana Rancang.

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT Fortune Pramana Rancang yang berlokasi di Jalan Jabir no. 6 Ragunan, Jakarta Selatan. Penelitian dilaksanakan dari bulan November hingga Januari 2015.

1.6. Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	AGUSTUS				SEPTEMBER				OKTOBER				NOVEMBER				DESEMBER				JANUARI			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1.	Proses Pembuatan Proposal Penelitian	■	■	■	■																				
2.	Pengumpulan Proposal Penelitian					■	■																		
3.	Bab I									■	■														
4.	Revisi Bab I										■	■													
5.	Bab II													■	■										
6.	Revisi Bab II														■	■									
7.	Bab III																	■	■						
8.	Revisi Bab III																		■	■					
9.	Menyebarkan Kuesiner																					■	■		
10.	Mengolah Data dengan SPSS																						■	■	
11.	Bab IV																							■	■
12.	Revisi Bab IV																								■
13.	Bab V																								
14.	Revisi Bab V																								
15.	Finalisasi dan Editing																								

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian