



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Diciptakan sebagai makhluk social, manusia di dalam kehidupannya harus berkomunikasi satu sama lain, ini menunjukkan bahwa setiap manusia memerlukan orang lain atau masyarakat untuk dapat saling berinteraksi. Ini menunjukkan proses komunikasi sebagai proses integrasi sosial yang dilakukan individu dengan lainnya dalam suatu kelompok masyarakat. Hal tersebut juga memiliki manfaat untuk menunjukkan eksistensinya di dalam kelompok masyarakat maupun organisasi.

Dalam organisasi dalam bentuk apapun serta bidang kegiatannya akan selalu melibatkan komunikasi dalam upaya pertukaran ataupun penyampaian suatu informasi guna mengontrol dan mengawasi perusahaan demi tercapainya tujuan organisasi. Dalam dunia bisnis terdapat dua faktor yang mempengaruhi dalam era globalisasi yang terjadi saat ini, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor tersebut memiliki peran masing-masing di dalam perusahaan dan saling berhubungan dengan *stakeholder* yang terdapat di dalam perusahaan. Menurut Theodore Herbert (dalam Suranto, 2018, h.7) komunikasi merupakan suatu proses yang terkandung di dalamnya suatu makna yang dipindah dari seseorang kepada orang lain, dengan maksud mencapai beberapa tujuan khusus.

Suatu komunikasi organisasi yang terjalin memiliki peran penting di dalam perusahaan. Selaku pemimpin suatu organisasi perusahaan, pemimpin perlu secara rutin melakukan komunikasi dengan *staff*-nya untuk menyampaikan berbagai informasi yang memiliki hubungan dengan kegiatan di dalam perusahaan. Dalam konteks ini, pemimpin perusahaan dituntut untuk dapat berkomunikasi lebih baik daripada *staff*-nya agar tidak terjadi sebuah kesalahpahaman yang berdampak buruk terhadap komunikasi di dalam lingkungan kerja. Hal tersebut juga disebutkan bahwa *staff*

perusahaan juga harus berkomunikasi dengan baik agar, tidak terjadi suatu miskomunikasi antara satu sama lain.

Suatu komunikasi organisasi jika berjalan dengan baik di dalam perusahaan dapat mampu menciptakan suatu output yang berdampak baik bagi kinerja dan tercapainya tujuan perusahaan. Komunikasi merupakan nafas di dalam organisasi dan punya peran yang penting dalam keberlangsungan organisasi tersebut. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi memiliki peran yang penting bukan hanya didalam lingkup antara individu dengan individu namun juga dalam berkelompok.

Keberhasilan pencapaian target organisasi dan peningkatan proses kerja sumber daya manusia bergantung terhadap suatu proses komunikasi yang diterapkan oleh perusahaan. Schein (dalam Suranto, 2018, h.8) menekankan serta menyebutkan bahwa organisasi merupakan suatu koordinasi rasional kegiatan sekelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan melalui pembagian pekerjaan dan fungsi hierarki otoritas. Definisi ini menekankan adanya karakteristik yang senantiasa melekat pada sebuah organisasi komunikasi dan koordinasi, pembagian pekerjaan, dan hirarki otoritas. Organisasi merupakan sistem aktivitas kooperatif di antara para anggotanya untuk mencapai tujuan bersama. Dalam hal ini memerlukan sebuah orientasi antara hak dan kewajiban secara seimbang, memerlukan informasi dari satu anggota kepada anggota lain.

Dengan bertambah pesatnya kemajuan teknologi yang tidak bisa dihindari, perusahaan ataupun suatu organisasi dituntut untuk menghadapi dan memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada demi kemajuan perusahaan itu sendiri. Suatu pola komunikasi organisasi yang terjalin secara terstruktur memiliki peran penting dalam suatu organisasi dengan maksud menjadikannya sarana untuk mempersatukan atau memadukan aktivitas-aktivitas dalam mencapai tujuan perusahaan.

Pola komunikasi yang terorganisir dan terstruktur akan membantu suatu perusahaan saat melakukan suatu kegiatan yang ada di dalam perusahaan. Pola komunikasi tersebut memiliki suatu manfaat tersendiri, salah satunya adalah tidak terjadinya kesenjangan sosial maupun status dalam organisasi tersebut. Tanpa adanya kesenjangan akan membantu melancarkan kegiatan-kegiatan yang ingin dilakukan dan secara otomatis hal tersebut akan mempermudah organisasi mencapai tujuan yang dirancang atau ditargetkan.

Kerja sama antara anggota organisasi bisa dicapai dengan mudah melalui komunikasi yang baik. Tanpa adanya suatu komunikasi dalam organisasi, individu sebagai anggota organisasi mungkin tidak akan berinteraksi dengan individu lainnya. Hal ini tentu menjadi suatu masalah, mengingat organisasi harus benar-benar mengutamakan tujuan yang ingin dicapai dan satu kinerja yang maksimal. Tercapainya tujuan tersebut bisa dicapai apabila terjalin kerja sama yang baik antar anggota, baik karyawan dengan karyawan maupun karyawan dengan atasannya. Weber mendefinisikan sebuah organisasi sebagai sebuah sistem kegiatan interpersonal yang memiliki maksud tertentu yang dirancang untuk menyelaraskan tugas-tugas individu. Hal ini tidak dapat dilakukan tanpa adanya otoritas, spesialisasi dan regulasi (Hamdan, 2014, h.362).

Dalam komunikasi organisasi dibagi menjadi beberapa jenis Mulyana (2013, h.241) ada komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horisontal dan komunikasi lintas saluran. Jenis komunikasi organisasi ini yang di harapkan dapat terjalin dengan baik di dalam perusahaan, agar mendapatkan output yang sesuai dan memenuhi target perusahaan.

Penelitian kali ini difokuskan pada bagaimana seorang pemimpin perusahaan yang memiliki kebudayaan berbeda dengan bawahannya menciptakan suatu pola komunikasi organisasi yang dapat membantu perusahaan menciptakan suatu iklim kerja yang kondusif di dalam perusahaan. Dalam penelitian ini pemilik usaha memiliki sebuah tantangan dimana pemilik usaha harus menciptakan suatu pola komunikasi organisasi

yang memudahkan komunikasi di dalam perusahaan sehingga pemilik usaha dapat kontrol dan lebih mudah mengetahui apa yang terjadi di dalam perusahaan. Mengingat pegawai perusahaan memiliki latar belakang yang berbeda antara atasan dan bawahan, pemilik usaha harus memiliki cara dan strategi khusus, agar dapat membantu mencapai tujuan dari perusahaan.

Dengan adanya keberagaman tersebut pasti terdapat berbagai macam perbedaan dari setiap budaya, mulai dari cara berkomunikasi, berperilaku, dan lain-lain. Salah satu yang menjadi pemicu terjadinya konflik adalah bagaimana cara kita berkomunikasi dengan orang lain. Maka dari itu suatu pemilik usaha harus memiliki suatu strategi pola komunikasi organisasi untuk mengatasi masalah yang tidak diinginkan terjadi di dalam organisasi ataupun perusahaan.

Komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi dalam organisasi itu sendiri seperti komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dari atasan kepada bawahan (Zelko & Dance, 2014, h.66). Penelitian ini difokuskan terhadap komunikasi internal yang terjadi di dalam perusahaan. Dengan adanya penelitian ini, peneliti memiliki harapan agar dapat memberikan suatu gambaran pola komunikasi organisasi yang terdapat di dalam suatu perusahaan.

Peneliti melakukan penelitian di salah satu perusahaan yang bergerak di industri *International Freight Forwarding*, yaitu Fasdeli Group. Fasdeli Group terkait sudah berdiri sejak tahun 2006 dan sudah memiliki 120 orang karyawan dan *agent* hingga *customer* yang berasal dari seluruh dunia. Fasdeli Group adalah perusahaan yang berjalan di bidang pengiriman jasa ekspor dan impor. Berjalan di bidang atau industri *International Freight Forwarding* adalah perusahaan yang menyediakan jasa dengan kegiatan usaha yang diminati pelaku usaha di dalam maupun luar negeri. Alasan peneliti menggunakan Fasdeli Group sebagai objek penelitian adalah untuk menggambarkan suatu pola komunikasi organisasi dan diciptakan perusahaan yang bergerak di bidang dan di industri pengiriman jasa ekspor

impor dalam membangun suatu iklim kerja yang kondusif. Mengingat pekerja Fasdeli Group terdiri dari latar budaya yang berbagai macam, point ini menjadi salah satu point peneliti dalam bagaimana pola komunikasi organisasi yang diterapkan di dalam perusahaan, penggunaan jaringan pola komunikasi organisasi diterapkan di dalam suatu perusahaan, dll.

Suatu pola komunikasi organisasi yang terstruktur dan terorganisir sangat diperlukan oleh suatu organisasi dan perusahaan. Pola komunikasi yang terstruktur dan terorganisir memiliki banyak manfaat yang mampu membantu suatu kelompok atau organisasi mencapai tujuan yang ingin dicapai. Dalam kasus ini, *owner* memiliki strategi dan cara tertentu agar komunikasi di dalam perusahaan berjalan dengan lancar yang dapat membantu perusahaan dapat berkembang hingga saat ini. Menurut Suranto (2018, h.96) terdapat tiga jaringan pola, pola rantai, roda dan bintang. Dalam penelitian ini akan diketahui jaringan apa yang sering digunakan perusahaan dalam berkomunikasi.

Yang menarik dalam penelitian ini adalah bagaimana cara pemilik usaha menciptakan suatu pola komunikasi organisasi yang sesuai dengan keadaan di mana pekerja di dalam perusahaan terdiri dari berbagai macam budaya yang berbeda. Untuk memudahkan dan memastikan bahwa tujuan perusahaan dapat dicapai adalah dengan terjalannya suatu pola komunikasi organisasi yang terstruktur dan terorganisir, sehingga dapat membangun suatu iklim kerja yang kondusif. Pangumpia (2013, h.3) menjelaskan iklim komunikasi organisasi sebagai suatu keadaan atau kondisi yang menggambarkan suasana kebebasan berkomunikasi, suasana keterbukaan informasi mengenai organisasi, gambaran tingkat kemudahan memperoleh informasi.

Perbedaan latar belakang ini pasti akan menciptakan suatu perbedaan pandangan satu dengan lain hal. Hal ini yang menjadikan tugas utama pemilik usaha untuk bisa menciptakan pola komunikasi yang berguna melancarkan usaha dan memenuhi tujuan yang ditargetkan. Perbedaan budaya yang ada membuat pemimpin perusahaan harus menciptakan suatu

pola yang terstruktur sehingga perusahaan dapat terus berkembang dan memenuhi target yang diinginkan.

Fasdeli group adalah sebuah perusahaan terdiri dari beberapa individu-individu dimana memiliki suatu pandangan dan ketertarikan yang berbeda dan sering bekerja bersama dan memiliki tujuan yang sama. Ketika orang-orang ini memutuskan untuk bergabung dengan sebuah organisasi, secara natural mereka akan melakukan sebuah proses diskusi komunikasi untuk mencapai sebuah tujuan. Dengan adanya proses tersebut akan ditentukan sebuah kepuasan dari hasil penjualan produk atau jasa.

Dalam penelitian ini juga ingin mengetahui pola komunikasi yang diterapkan oleh perusahaan *Fasdeli Group* serta menilai suatu pola komunikasi apakah sudah terjalin dan berjalan dengan yang diinginkan atau belum, karena pola komunikasi tersebut akan berpengaruh terhadap iklim kerja kondusif. Di dalam perusahaan *Fasdeli Group* juga terdapat kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk memudahkan komunikasi organisasi berjalan dengan baik, seperti *family gathering*, rapat rutin dll. Adapun pola komunikasi organisasi yang diterapkan agar terciptanya suatu iklim kerja yang kondusif ialah dengan komunikasi yang terbuka dari teratas hingga staff sehingga tidak terdapat batasan untuk menyampaikan pendapat maupun gagasan.

Walaupun memiliki kebebasan dan tidak terdapat batasan, karyawan tetap memiliki rasa segan dan hormat terhadap atasan. Hal ini menunjukkan atasan memiliki peran sentral dalam pengembangan pola komunikasi organisasi di dalam perusahaan. Menyadari pola komunikasi organisasi yang terstruktur didalam perusahaan memiliki peran yang penting, maka peneliti memiliki ketertarikan untuk memilih judul **“Analisis Strategi Pola Komunikasi Organisasi Dalam Membangun Iklim Kerja Kondusif Di *Fasdeli Group*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang yang telah disusun dan dibuat di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang *freight forwarding* membutuhkan suatu pola komunikasi organisasi yang terjalin secara terstruktur dan terorganisir, pola komunikasi organisasi dapat memberikan pengaruh terhadap iklim kerja perusahaan Fasdeli *Group*. Perusahaan Fasdeli *Group* memiliki pekerja yang terdiri berbagai macam latar belakang yang berbeda-beda antara atasan hingga bawahan, *point* yang menjadikan *concern* dalam penelitian ini, bagaimana perusahaan menerapkan strategi pola komunikasi organisasi untuk membatasi suatu permasalahan yang tidak diinginkan terjadi di dalam perusahaan. Berangkat dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini perusahaan menerapkan pola komunikasi organisasi dalam membangun iklim kerja yang kondusif di Fasdeli *Group*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pola komunikasi organisasi yang diterapkan oleh pimpinan perusahaan Fasdeli *Group*?
2. Faktor-faktor apa yang menunjukkan bahwa pola komunikasi organisasi yang ada didalam perusahaan berpengaruh terhadap iklim kerja di Fasdeli *Group*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pola komunikasi organisasi yang diterapkan oleh pimpinan perusahaan Fasdeli *Group*.
2. Mengetahui faktor-faktor yang menunjukkan pola komunikasi organisasi yang telah diterapkan berpengaruh terhadap iklim kerja perusahaan Fasdeli *Group*.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi perusahaan, penulis berharap mampu memberikan masukan dan metode yang bisa dipertimbangkan untuk diaplikasikan agar pola komunikasi berjalan lebih baik, terstruktur dan efektif saat diterapkan.

2. Manfaat Teoritis

- a. Mampu dijadikan acuan dalam penelitian berikutnya dengan mengaplikasikan teori komunikasi mengenai suatu proses komunikasi terhadap iklim komunikasi.
- b. Memberikan kontribusi dalam pengembangan penelitian di bidang komunikasi organisasi perusahaan.

1.6 Keterbatasan Masalah

Untuk membatasi pembahasan dalam penelitian, penulis memiliki suatu batasan penelitian sebagai berikut:

- a. Penelitian ini difokuskan pada karyawan dan pimpinan Fasdeli Group.
- b. Penelitian ini difokuskan mengetahui pola komunikasi organisasi di dalam perusahaan.