BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi bukan hanya sebuah proses untuk bertukar informasi antara komunikator dan komunikan. Kelancaran dalam berkomunikasi banyak memberikan dampak yang positif dalam kehidupan sehari-hari dan di dunia kerja. Tak hanya mengandalkan *hard skill* dan *soft skill* saja, namun berkomunikasi dapat menjadi aset yang baik bagi sebuah perusahaan ataupun orang-orang yang bekerja di dalamnya. Secara umum dikutip dari ekrut.com, ketika seseorang mulai berkomunikasi, banyak sekali manfaat yang akan didapatkan, seperti di dunia kerja, para pekerja dapat memelihara hubungan kerja yang kuat antar pekerja, meningkatkan *team building*, meningkatkan produktivitas, menghargai perbedaan dan toleransi, mempermudah dalam penerapan aturan, memudahkan memahami karakter seseorang, menyelesaikan suatu konflik atau kesalahpahaman, mempermudah mengambil keputusan, merealisasikan tujuan dan target perusahaan, meningkatkan motivasi, meningkatkan hubungan yang baik dengan para klien, mengembangkan inovasi, dan menjaga keragamaan budaya.

Agar tercapainya tujuan sebuah organisasi, maka seluruh karyawan perlu dimotivasi untuk bekerja dengan produktif. Dengan adanya tingkat motivasi kerja yang tinggi, maka karyawan akan bekerja dengan lebih giat dalam menyelesaikan pekerjaannya. Namun, jika motivasi kerja sangat rendah, maka karyawan kurang memiliki semangat dalam bekerja.

Motivasi ini dapat dilakukan dengan membangun hubungan yang baik dengan seluruh karyawan pada perusahaan. Sehingga dengan terciptanya hubungan yang baik ini, maka karyawan akan merasa dihargai, dan termotivasi untuk bekerja. Motivasi kerja ini, juga berpengaruh dari iklim komunikasi pada suatu perusahaan.

Setiap perusahaan, pasti mempunyai iklim komunikasi yang berbeda. Iklim komunikasi yang sering ditemukan pada perusahaan meliputi faktor eksternal dan internal. Menurut Aw (2018), faktor - faktor yang mempengaruhi iklim komunikasi pada suatu organisasi atau perusahaan terdiri dari dua, yaitu faktor eksternal seperti arus demokratis, ekonomi, dan politik, sedangkan faktor internal seperti visi dan misi organisasi, pemimpin, kebijakan organisasi, budaya organisasi, tingkah laku anggota, dan aplikasi teknologi. Dari beberapa faktor tersebut, dapat dilihat bahwa faktor internal dan eksternal perusahaan mempengaruhi iklim komunikasi di dalamnya.

Saat mengelola sumber daya manusia di semua perusahaan pasti mempunyai tantangan tersendiri. Maksudnya untuk mendapatkan sumber daya manusia yang baik, tidak hanya ditentukan dari gaya kepemimpinan saja, namun juga ditentukan dengan adanya iklim komunikasi organisasi pada perusahaan. Dengan adanya iklim komunikasi yang baik dapat memberikan dampak terhadap meningkatnya kepuasaan kerja dan kinerja para karyawan pada suatu perusahaan. Namun, jika iklim komunikasi organisasi tidak kondusif, maka akan berdampak buruk terhadap kepuasaan kerja dan kinerja para karyawan.

Kinerja karyawan yang baik dapat berdampak positif terhadap kepuasaan kerja karyawan. Kepuasaan keerja karyawan tidak hanya dilihat dari hasil kinerja yang baik, tetapi dari apa yang sudah karyawan dapat dari perusahaan tersebut, seperti gaji,

pertemanan, aman, mendapatkan promosi, rasa saling menghargai, toleransi, dan berkembang.

Dikutip dari media.neliti.com, terlihat pada Grid Network Kompas Gramedia yang mempunyai budaya organisasi yaitu 5C *Values,* yaitu *caring, credible, competent, competitive, customer delight*. Adanya ke-lima nilai yang diterapkan oleh Kompas Gramedia, juga diberlakukan oleh semua unit di dalamnya termasuk Grid Network. Para karyawan Grid Network Kompas Gramedia menerapkan 5C *values* tersebut yang dapat dikatakan sebagai salah satu bagian dari budaya dan iklim komunikasi mereka. Pentingnya, menjaga hubungan yang baik antara karyawan dengan karyawan dan karyawan dengan pemimpin sangat dipengaruhi oleh iklim komunikasi perusahaan tersebut yang dimana nantinya akan dibentuk ke dalam aktivitas- aktivitas internal.

Iklim komunikasi yang kuat pada suatu perusahaan juga berkaitan dengan suatu alur komunikasi dan aktivitas- aktivitasnya. Perusahaan dalam menjalankan praktik kerjanya, juga memperhatikan alur komunikasinya dalam mencapai *sense of belonging* para karyawannya. Alur komunikasi dan iklim komunikasi yang digunakan dalam sebuah organisasi ini, merupakan bagian dari komunikasi internal dalam suatu organisasi.

Mengembangkan sebuah iklim komunikasi pada publik internal di Grid Network Kompas Gramedia ini dilakukan oleh HRD. Departemen inilah yang akan menganalisis kebutuhan para karyawan di perusahaan agar terciptanya *sense of belonging* pada perusahaan.

Saat HRD menjalankan tugasnya dalam menyampaikan pesan yang telah dirancang dan menciptakan iklim komunikasi yang kondusif untuk para karyawann-ya. Hal ini dilakukan untuk memotivasi karyawan agar dapat lebih produktif dalam menyelesaikan pekerjaannya. Selain itu, iklim komunikasi ini digunakan untuk me-rencanakan aktivitas internal yang akan dilaksanakan agar karyawan tidak selalu bekerja, melainkan karyawan diajak untuk terlibat dengan karyawan dan pimpinan agar terciptanya rasa memiliki atau keikutsertaan.

Salah satu perusahaan yang sampai sekarang eksistensinya masih diminati banyak pencari kerja, serta mempunyai sangat banyak karyawan yang bekerja di dalamnya adalah Kompas Gramedia. Kompas Gramedia menjadi perusahaan tenyaman di Indonesia melalui survei HR Asia. Hal ini dilansir dari Tribunjateng.com, Caroline Ang, selaku *General Manager Business Media International*, mengatakan satu kunci terpilihnya Kompas Gramedia adalah karena memberikan tempat atau lingkungan yang nyaman kepada karyawan. Selain itu Kompas Gramedia menyediakan jejang karir yang panjang, serta sistem penilaian dan evaluasi dengan karyawan berlangsung baik dan adil. Terpilihnya Kompas Gramedia sebagai perusahaan ternyaman di Indonesia ini terdiri dari 138 perusahaan dengan 20 jenis industri yang berbeda di seluruh Indonesia (2016). Dengan terpilih sebagai perusahaan ternyaman, Kompas Gramedia juga menerapkan visi misi-nya kepada unit – unit lainnya, seperti Grid Network yang mempunyai visi misi berbeda, yang melanjutkan visi misi tersebut.

Melalui Kompas.com, Sigit Suryanto selaku *Director Corporate HR* Kompas Gramedia menyebut ada dua faktor yang membuat Kompas Gramedia masuk dalam

jajaran 20 perusahaan terbaik di Indonesia, yaitu faktor pertama yang membentuk sumber daya manusia (SDM) sebagai aset perusahaan. Faktor lainnya, Kompas Gramedia selalu berupaya untuk membangun suasana bekerja (iklim organisasi) di perusahaan, serasa bekerja di rumah sendiri, yangmana perusahaan menjadi rumah yang menyenangkan untuk beraktivitas dan mengaktualisasikan diri, serta menghasilkan karya terbaik untuk perusahaan.

CEO (*Chief Executive Officer*) Kompas Gramedia, Agung Adiprasetyo dilansir dari Kompas.com mengatakan tantangan perusahaan yang bergerak di bidang apapun hanya dua macam, yaitu dari internal dan eksternal. Seperti yang diketahui Kompas Gramedia mempunyai banyak sekali *brand* di dalam perusahaannya dan memiliki para pekerja yang banyak di berbagai bidang medianya.

Dikutip dari gridnetwork.id, mengatakan bahwa perusahaan mereka sudah berpengalaman mengelola media massa lebih dari 50 tahun dan bagian dari Kompas Gramedia. Grid Network berkembang dan bertransformasi dipandu kekayaan data pembaca serta kedalaman memahami perilaku konsumen dan pembaca Indonesia. Perusahaan ini menarik untuk diteliti karena selain sudah lebih berpengalaman, mempunyai iklim organisasi yang baik, dan diketahui mempunyai karyawan yang sudah banyak menikmati hasil dari bekerja di perusahaan ini. Selain itu, dengan diketahuinya banyak karyawan yang sudah berada di lingkungan kerja ini, menarik untuk diteliti, mengenai aktivitas- aktivitas internal apa saja yang dilakukan untuk karyawannya yang membuat karyawan betah bekerja dengan jangka waktu yang la-ma.

Menurut Gridmotor.com, sebelumnya Grid Network ini adalah sebuah transformasi dari Gramedia Majalah yang memproduksi dan mendistribusikan berita *entertainment* dan *lifestyle* kepada para pembaca Indonesia. Beberapa *brand* yang berada di bawah payung besar Grid Network dikutip dari gridnetwork.id yaitu, Grid.id, NOVA, Hai, Intisari, GridHealth.id, Stylo.id, Bobo, Mombi, Grid Kids, Superball, Grid Games, Nakita.id, cewekbanget.id, gridoto.com, Sajian Sedap, Kitchenesia, Nextren.com, Info Komputer dan lain sebagainya.

Berbagai *brand* yang berada di dalam payung besar Grid Network, dilansir Gridmotor.com, ini memulai sebuah babak baru pada 17 Mei 2019. Melalui para pekerja yang sudah ada sebelumnya dan pekerja baru yang sedang beradaptasi dengan lingkungan kerja di Grid Network ini, dapat menjadi sebuah kajian dalam mengetahui iklim komunikasi yang terdapat pada Grid Network Kompas Gramedia yang sudah dilakukan. Pada penelitian ini, peneliti berfokus hanya pada pembahasan iklim komunikasi oleh Grid Network yang dijalankan oleh bagian HRD dan karyawan lainnya.

1.2 Rumusan Masalah

Melihat suatu perusahaan yang sudah berpengalaman dalam menjalankan perannya selama lebih dari 50 tahun ini, membuat peneliti tertarik untuk mengetahui serta meneliti tentang iklim komunikasi organisasi pada Grid Network Kompas Gramedia ini dengan menggunakan penelitian kualitatif.

Peneliti mengumpulkan data dengan cara melakukan wawancara serta melakukan analisis mendalam untuk mendapatkan hasil berupa pemahaman tentang iklim komunikasi pada Grid Network Kompas Gramedia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, berikut beberapa pertanyaan terkait penelitian:

1. Bagaimana Iklim komunikasi organsasi yang ada pada Grid Network Kompas Gramedia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis iklim komunikasi organisasi pada Grid Network Kompas Gramedia.

1.5 Kegunaan Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini dengan harapan dapat bermanfaat bagi bidang-bidang di bawah ini:

1.5.1 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam membantu pengembangan penelitian selanjutnya yang membahas tentang iklim komunikasi organisasi.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi saran kepada Grid Network Kompas Gramedia dalam mengembangkan dan mempertahankan iklim komunikasi organisasi yang tetap kondusif ke depannya.