

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Organisasi perlu berkomunikasi (Ihlen & Heath, 2018, p. 3). Organisasi kontemporer menyadari keperluan untuk berkomunikasi dengan karyawan (Cornelissen, 2020, p. 258). Masyarakat masa kini cenderung menyetujui bahwa komunikasi organisasi memainkan peran krusial dalam kemajuan organisasi (Shockley-Zalabak, 2015, p. 4). Pemahaman terhadap komunikasi organisasi penting dilakukan mengingat kita hidup, bekerja, dan bermain dalam lingkungan komunikasi yang kompleks (Shockley-Zalabak, 2015, p. 4). Mengacu pada literatur tersebut, organisasi memerlukan pelaku komunikasi yang kompeten pada seluruh tingkatan. Keputusan yang lebih kompleks, perubahan dalam jangka waktu singkat, juga kian banyaknya informasi mendorong anggota organisasi untuk mempersiapkan diri dalam tanggung jawab terkait informasi.

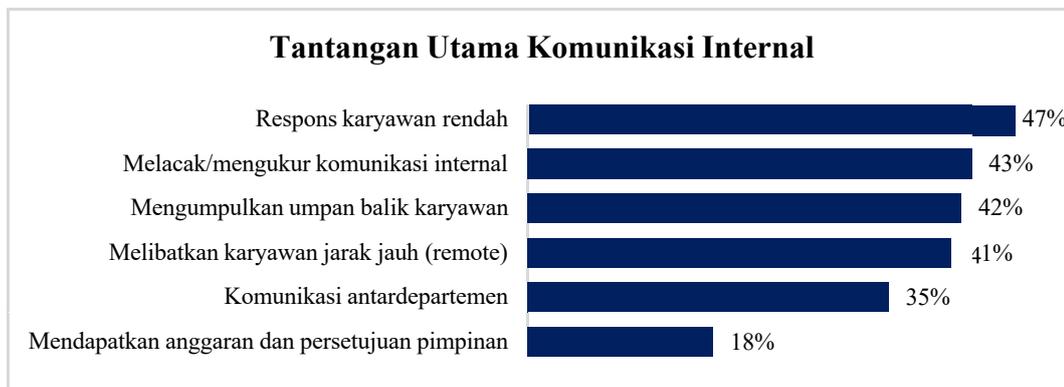
Laporan ContactMonkey (2022) menunjukkan bahwa komunikasi di dalam suatu organisasi memiliki sejumlah tujuan utama yang mengarah pada kemajuan entitas setelah merebaknya pandemi Covid-19. Tujuan tersebut di antaranya perubahan budaya dan meningkatkan produktivitas. Sejak pandemi dimulai pada Maret 2020, perusahaan bergerak untuk menentukan metode kerja di masa depan, baik bekerja jarak jauh (*work from home/remote working*), bekerja di kantor (*work from office*), atau gabungan antara keduanya (*hybrid*). Penentuan yang berkaitan erat dengan komunikasi ini mempertimbangkan maksud untuk mendorong keterlibatan karyawan, yang kemudian meningkatkan produktivitas.

Melalui pola komunikasi yang dijalankan dalam organisasi, terbentuk makna budaya organisasi bagi setiap anggota di dalamnya (Ihlen & Heath, 2018, p. 21). Budaya organisasi suatu perusahaan dapat terlihat dari berbagai aspek perusahaan. Sebagai contoh, cara berpakaian, tata letak kantor, kualitas produk/jasa yang dihasilkan, dan sebagainya (West & Turner, 2014, p. 277). Digambarkan sebagai sesuatu yang mengikat suatu organisasi, budaya organisasi adalah

kesamaan makna, nilai, pola, asumsi, hingga harapan yang dipegang oleh anggota organisasi (Angelopulo & Barker, 2013, p. 86).

Kehadiran pandemi Covid-19 menimbulkan disrupsi bagi rutinitas kehidupan, termasuk teknis dalam perusahaan (Li et al., 2021, p. 1). Para pelaku usaha beradaptasi dengan berkomunikasi melalui teknologi komunikasi sebagai tanggapan atas kebijakan pemerintah (Agustriyana et al., 2021, p. 1370). Langkah ini mengarah pada beberapa tantangan komunikasi, terutama karena komunikasi dilakukan secara jarak jauh. Mengacu pada laporan ContactMonkey (2022), sebanyak 47% perusahaan mengalami kesulitan lantaran respons karyawan cenderung rendah.

Secara psikologis, ContactMonkey (2022) melaporkan bahwa karyawan enggan menyampaikan umpan balik ketika bekerja jarak jauh. Hal ini memunculkan hambatan dalam komunikasi. Padahal, perusahaan bergantung pada aktivitas komunikasi untuk membangun dan mempertahankan budaya perusahaan. Sehingga, 41% responden memandang pencapaian keterlibatan karyawan yang WFH sebagai tantangan utama.

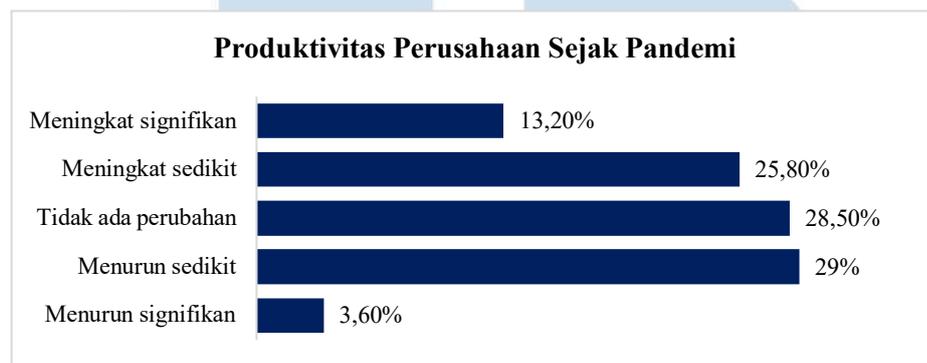


Gambar 1.1 Tantangan Utama Komunikasi Internal

Sumber: ContactMonkey (2022)

Dilansir dari Tempo (Kustiani, 2021), survei Kaspersky menyampaikan sebanyak 82% manajemen perusahaan mengalami kekhawatiran bahwa kerja jarak jauh (WFH/*remote working*) menurunkan produktivitas. *Chief of Human Resources Officer* Kaspersky, Marina Alekseeva, menyebutkan bahwa kesejahteraan

karyawan menjadi fokus pertimbangan dari berbagai organisasi. Keterpaksaan untuk bekerja jauh dari rekan-rekan menimbulkan dampak yang berbeda pada setiap individu. Begitu pula yang dialami perusahaan sebagai berikut.



Gambar 1.2 Produktivitas Perusahaan Selama Pandemi

Sumber: The Economist Intelligence Unit (2021)

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* (2021), terdapat pandangan yang berbeda mengenai tingkat produktivitas karyawan setelah merebaknya Covid-19 pada Maret 2020. Sebanyak 39% melaporkan peningkatan produktivitas pada organisasinya. Pada sisi sebaliknya, 32,6% menyatakan terjadi penurunan produktivitas. Hal ini menjadi isu yang menarik untuk diteliti lebih jauh terkait peran komunikasi dalam lingkungan kerja.

Kinerja merupakan salah satu bentuk produktivitas dalam kerja. Menurut Moeheriono (2012, p. 95), kinerja adalah penggambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu program kegiatan atau kebijakan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi, dan misi organisasi yang dituangkan dalam suatu perencanaan strategis suatu organisasi. Dalam bukunya, Moeheriono juga menjabarkan sejumlah faktor yang memengaruhi kinerja, di antaranya budaya (kultur) organisasi.

Penentuan Medcom.id sebagai objek penelitian didasari oleh implementasi budaya organisasi yang ditanamkan dengan tujuan mendorong kinerja dan menyalurkan perhatian bagi karyawan. Induk perusahaan, Media Group Network (MGN), menetapkan tajuk "Persaingan dalam harmoni". Dalam menghadapi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, MGN turut melebarkan sayap dengan merambah bidang media massa digital. Di antara media massa *online* yang ada

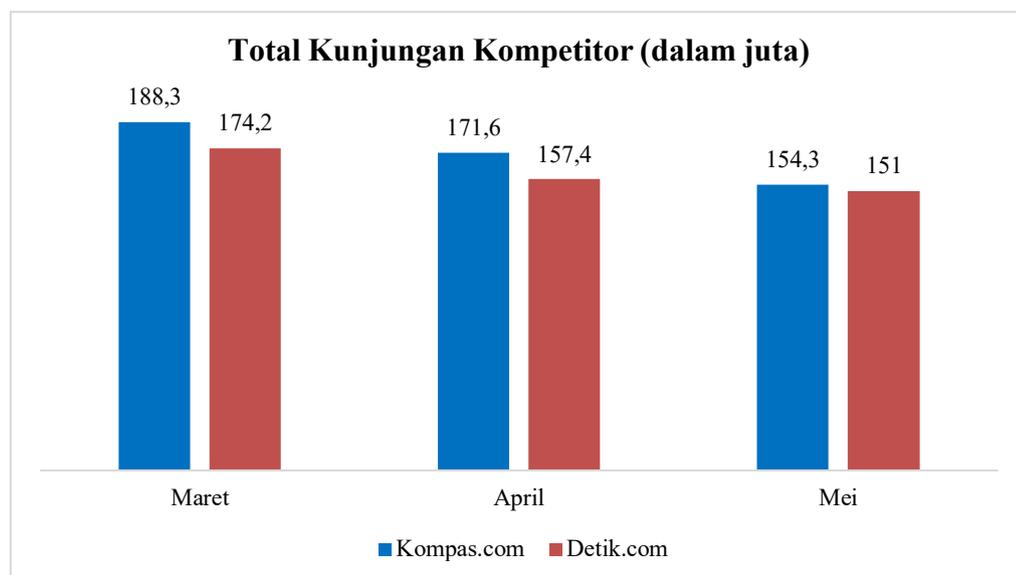
dalam MGN, Medcom.id merupakan media yang selalu mengalami peningkatan dalam hal *traffic* dan *engagement*, terutama selama masa pandemi. Kondisi ini terlihat dari peningkatan jumlah kunjungan senilai 7,2% dari April ke Mei 2022.

Tabel 1.1 *Traffic and Engagement* Medcom.id dan Mediaindonesia.com

	<b>Medcom.id</b>	<b>Mediaindonesia.com</b>
Total Kunjungan (Mei)	6,9 juta	4,8 juta
Perubahan Kunjungan (April-Mei)	7,2%	-3,79%
Rata-Rata Durasi Kunjungan	0:02:22	0:01:23
Rata-Rata Jumlah Halaman Per Kunjungan	4,07	2,13

Sumber: Similarweb (2022)

Sementara itu, media *online* yang memimpin peringkat di Indonesia terpantau menurun dalam hal tersebut. Menduduki posisi pertama media *online* nasional, Kompas.com mencatat penurunan kunjungan 10,08% dari April menuju Mei 2022. Detik.com, yang berada pada posisi kedua, mengalami penurunan 4,02%.



Gambar 1.3 Total Kunjungan Kompetitor

Sumber: Similarweb (2022)

Melihat data tersebut, peneliti tertarik untuk mendalami budaya organisasi yang ditanamkan pada jurnalis Medcom.id. Budaya perusahaan pada entitas ini dipandang berperan bagi kinerja karyawan. Budaya juga menumbuhkan *sense of belonging* dalam diri karyawan. Catatan HRD memperlihatkan bahwa rata-rata masa kerja karyawan Medcom.id adalah 3-4 tahun. Durasi tersebut menunjukkan karyawan tahan di media *online* yang baru merayakan ulang tahun keempat pada November 2021 lalu.

### **1.2 Rumusan Masalah**

Sebagaimana disampaikan pada latar belakang, Medcom.id mengalami tantangan dalam mempertahankan budaya organisasi dan pola komunikasinya dalam masa pandemi Covid-19. Hal tersebut mengarah pada tantangan untuk menjaga kinerja jurnalis supaya dapat tetap mencapai tujuan organisasi sesuai nilai-nilai organisasi. Sehingga, dilakukan pengukuran kualitatif dalam rangka meneliti peran pola komunikasi dan budaya organisasi dalam membangun kinerja jurnalis Medcom.id selama masa pandemi yang dimulai 2020 ini. Peneliti melakukan pengukuran menggunakan teori budaya organisasi (Pacanowsky & O'Donnell-Trujillo, 1990; Deal & Kennedy, 1982) dan pola komunikasi organisasi (Pace & Faules, 2015) dalam pembangunan kinerja (Alvesson, 2002).

### **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berangkat dari latar belakang serta rumusan masalah, pertanyaan penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana peran budaya organisasi dalam meningkatkan kinerja jurnalis Medcom.id selama masa pandemi Covid-19?
2. Bagaimana peran pola komunikasi dalam membangun kinerja jurnalis Medcom.id selama masa pandemi Covid-19?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Memahami peran budaya organisasi dalam membangun kinerja jurnalis Medcom.id selama masa pandemi Covid-19.
2. Memahami peran pola komunikasi dalam membangun kinerja jurnalis Medcom.id selama masa pandemi Covid-19.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Akademis**

Secara akademis, peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan bagi peneliti dan pembaca serta berkontribusi dalam memberikan pemahaman khususnya kajian komunikasi organisasi yang ada pada perusahaan media Medcom.id dan perannya dalam membangun kinerja jurnalis.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Dalam hal manfaat praktis, diharapkan penelitian ini dapat menawarkan wawasan serta masukan bagi Medcom.id dan industri media terkait komunikasi organisasi.

### **1.5.3 Kegunaan Sosial**

Untuk aspek sosial kehidupan manusia, penelitian ini diharapkan mampu memiliki signifikansi dalam mengoptimalkan kehidupan sosial masyarakat di tengah inkonsistensi yang dialami dalam masa pandemi, terutama terkait komunikasi dan berorganisasi.

### **1.5.4 Keterbatasan Penelitian**

Terdapat peluang untuk menelusuri wawasan secara lebih luas terkait pembangunan kinerja dalam organisasi, namun peneliti berfokus pada Medcom.id, juga memusatkan acuan pada teori budaya organisasi (OCT) dan konsep pola komunikasi.