



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 salah satu aspek terpenting dalam sebuah organisasi. Tanpa adanya komunikasi yang baik, perusahaan tidak akan bisa mencapai tujuan organisasinya. Komunikasi dalam sebuah organisasi meliputi hubungan antara atasan dengan bawahan, maupun antar karyawan. Komunikasi digunakan untuk saling bertukar pesan maupun menyampaikan informasi. Komunikasi yang baik haruslah secara dua arah antar komunikan dan komunikator, sehingga proses komunikasi berlangsung dengan efektif.

Komunikasi setiap organisasi punya karakteristiknya masing-masing. Hal tersebut tercermin dari pola komunikasi yang digunakan, penggunaan bahasa, sikap masing-masing individu di dalamnya, juga etika. Komunikasi organisasi menurut Pace & Faules (1994, h. 21) adalah tampilan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi. Sebuah organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis satu sama lain dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Organisasi mempunyai unsur-unsur dasar yang saling terkait di dalamnya. Diantaranya karyawan, pimpinan, pekerjaan, struktur organisasi, dan pedoman. Keseluruhan unsur tersebut saling bersinergi demi tercapainya tujuan dari organisasi. Tanpa adanya unsur-unsur dasar tersebut, organisasi tidak dapat berjalan maksimal. Seorang pimpinan dalam organisasi punya peranan paling penting. Karena berada di level tertinggi, maka seorang pemimpin dalam organisasi bertindak sebagai pembuat kebijakan. Setiap organisasi mempunyai pemimpin dengan gaya yang berbeda-beda.

Secara tidak langsung, keseluruhan unsur dan pola komunikasi di dalam sebuah organisasi memberi pengaruh terhadap terbentuknya iklim komunikasi di dalamnya. Iklim komunikasi di dalam sebuah organisasi ada yang sifatnya positif maupun negatif. Iklim komunikasi positif mampu mendorong motivasi serta kepuasan kerja para karyawan di dalamnya. Sedangkan iklim komunikasi yang negatif membuat para karyawan menjadi kurang termotivasi sehingga kinerja yang dihasilkannya menjadi kurang efektif. Kurang efektifnya kinerja para karyawan, secara langsung berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan yang kurang optimal.

Menurut Pace & Faules (1994, h.100), Iklim komunikasi merupakan gabungan dari berbagai persepsi dari peristiwa komunikasi, perilaku dan sikap karyawan, hubungan antar karyawan, ekspektasi, konflik interpersonal, serta kesempatan untuk berkembangnya suatu organisasi. Poole (dikutip dalam Pace & Faules, 1994, h. 100) menyatakan bahwa iklim

komunikasi juga penting karena menghubungkan antara konsep dan konteks suatu organisasi, perasaan, dan ekspektasi dari anggota organisasi maupun membantu menjelaskan perilaku daripada para karyawannya.

Kopelman, Brief, dan Gusto (dikutip dalam Pace and Faules, 1994, h. 101), berpendapat bahwa iklim organisasi, yang di dalamnya termasuk iklim komunikasi, berperan penting karena menghubungkan antara manajemen sumber daya manusia dengan produktivitas para karyawannya. Mereka menjelaskan bahwa saat suatu organisasi menerapkan kebijakan finansial atau memutuskan dalam suatu putusan, perubahan dalam iklim organisasi dapat terjadi. Perubahan iklim ini secara langsung dapat mempengaruhi performa dan produktivitas karyawan. Namun perubahan ini tidaklah selalu berdampak negatif. Meskipun untuk fase awal dalam perubahan tersebut, terlihat negatif. Karena sejatinya, perubahan terjadi secara perlahan. Karyawan pun juga butuh waktu untuk menyesuaikan dengan kebijakan yang baru.

Iklim komunikasi organisasi adalah hal yang mempunyai peranan sangat penting di dalam kehidupan suatu organisasi. Iklim komunikasi ini mempengaruhi perilaku orang-orang yang berada di dalam organisasi tersebut. Dengan mengetahui bahwa iklim komunikasi dapat mempengaruhi perilaku para karyawannya, nantinya organisasi dapat mengambil tindakan yang paling tepat untuk mengembangkan organisasi.

Motivasi karyawan akan meningkat seiring dengan iklim komunikasi positif yang ada di suatu organisasi. Karyawan akan termotivasi untuk bekerja lebih giat. Hal tersebut berpengaruh terhadap kepuasan kerja karena tingginya motivasi karyawan. Karyawan akan mengerahkan seluruh tenaganya agar tujuan perusahaan bisa tercapai. Iklim komunikasi di suatu organisasi juga terlihat dari hubungan komunikasi atasan dengan bawahan, maupun bawahan dengan atasan yang terjalin dengan baik. Dengan begitu keakraban akan terus terjadi sehingga meminimalisir berbagai bentuk efek negatif dari kesenjangan yang mungkin muncul. Selain itu, berbagai permasalahan juga dapat diselesaikan dengan cepat dan baik. Karena selama ini, permasalahan yang sering muncul dalam iklim suatu organisasi khususnya bisnis, merupakan efek langsung dari kurang positifnya iklim komunikasi. Contohnya; demonstrasi besar-besaran yang dilakukan serikat pekerja dalam pabrik adalah akibat dari buruknya iklim komunikasi antara departemen HR dan karyawan.

Penelitian dilakukan terhadap para karyawan atau dalam hal ini PT OMG Indonesia. Di perusahaan ini terdapat berbagai jenis latar belakang. Mulai dari segi ekonomi, budaya, agama, serta pendidikan. Rentang usianya juga sangat beragam. Keragaman ini berpengaruh terhadap permasalahan mengenai etika dan tanggung jawab sosial. Tentunya bila tidak diatasi dengan baik, reputasi organisasi akan melemah seiring berjalannya waktu. Untuk itu atasan harus bisa mengontrol jalannya komunikasi agar tercipta iklim yang positif. Ketika atasan mampu mengatasi

keberagaman yang ada, justru dampak positif yang akan didapatkan. Karena keberagaman akan memunculkan lebih banyak ide atau gagasan yang berujung pada tercapainya tujuan dari organisasi. Jika tidak tercipta iklim komunikasi yang baik, maka kinerja karyawan akan memburuk. Buruknya kinerja ini bisa membuat melemahnya daya saing di tengah ketatnya persaingan industri di tanah air.

Dapat diketahui bahwa OMG atau disingkat Omni Marketing Group telah menjadi mitra strategis dengan layanan lengkap dalam menyediakan solusi pemasaran yang efektif. OMG bekerja secara langsung dengan retailer terkemuka dan marketer di seluruh Asia Pasifik (<http://www.omg-asia.com>).

OMG Group terdiri dari ActMedia, Red Basket, DemoPower, StoreMinder, K2 Marketing, U-Marketing dan ContinuityPlus, OMG menawarkan rangkaian lengkap layanan shopper marketing, seperti di dalam toko dan media outdoor, demonstrasi produk, merchandising, data mining dan program pemasaran (<http://www.omg-asia.com>).

Penelitian ini akan mengkaji tentang iklim komunikasi di PT OMG Group Indonesia karena perusahaan ini bergerak di bidang solusi pemasaran sehingga penting agar kondisi internal perusahaan dapat menunjukkan kualitas sumber daya yang baik. Iklim komunikasi dapat menjadi salah satu pengaruh yang paling penting dalam produktivitas organisasi, karena iklim mempengaruhi usaha anggota organisasi. Anggota organisasi memilih berbagai jumlah usaha yang mereka curahkan untuk

kegiatan organisasi, langkah-langkah pelaksanaan kerja, perhatian terhadap pekerjaan mereka, kualitas hasil kerja mereka, dan jumlah waktu yang mereka berikan kepada pekerjaan mereka. Berdasarkan pandangan kami, motivasi-motivasi ini terutama berasal dari pemahaman seseorang mengenai iklim komunikasi suatu organisasi. Jadi, iklim komunikasi organisasi memainkan peranan sentral dalam mendorong anggota organisasi untuk mencurahkan usaha kepada pekerjaan mereka dalam organisasi (Pace & Faules 2010, h. 155).

Karyawan dalam PT OMG Group Indonesia ini juga berasal dari berbagai macam latar belakang sosial, budaya, dan agama. Dari faktor-faktor tersebut memungkinkan terjadi iklim komunikasi yang kurang sehat. Iklim komunikasi yang tidak berjalan dengan semestinya itu bisa menyebabkan kurangnya motivasi dan kepuasan kerja karyawan yang kurang baik. Sehingga pada akhirnya mempengaruhi hasil dari pekerjaan mereka.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Melalui penelitian ini, peneliti ingin melihat pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap motivasi dan kepuasan kerja karyawan di PT OMG Group Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan, rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah :

1.2.1. Apakah ada pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi karyawan di PT OMG Group Indonesia?

1.2.2. Apakah ada pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan di PT OMG Group Indonesia?

1.2.3. Seberapa besar pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi karyawan di PT OMG Group Indonesia?

1.2.4. Seberapa besar pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan di PT OMG Group Indonesia?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1.3.1.1. Mengetahui pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi karyawan di PT OMG Group Indonesia.

1.3.1.2. Mengetahui pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan di PT OMG Group Indonesia.

1.3.1.3. Mengetahui besaran pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi karyawan di PT PT OMG Group Indonesia.

1.3.1.4. Mengetahui besaran pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan di PT OMG Group Indonesia.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

1.3.2.1. Kegunaan Akademis

Penelitian mengenai iklim komunikasi, motivasi, dan kepuasan kerja ini diharapkan bisa untuk menguji teori-teori yang berhubungan dengan komunikasi organisasi. Tidak hanya itu, penelitian ini juga bisa menjadi acuan untuk penelitian yang akan dilakukan mahasiswa di masa yang akan datang mengenai iklim komunikasi, khususnya dalam suatu organisasi.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi mengenai iklim komunikasi yang ada di PT OMG Group Indonesia Sehingga, bisa diketahui penyebab tinggi atau rendahnya kepuasan kerja para karyawan.

Kedepannya bisa menjadi bahan pertimbangan untuk menciptakan iklim komunikasi dan motivasi yang lebih baik.

