

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan kunci fundamental dalam berdirinya sebuah perusahaan atau organisasi. Komunikasi yang efektif mendorong terciptanya koordinasi, kolaborasi, serta penyebaran informasi yang baik di antara seluruh karyawan perusahaan atau anggota organisasi. Apabila tidak ada komunikasi yang baik, maka tidak ada interaksi yang terjadi dan perusahaan akan sulit untuk mencapai visi misi yang telah ditentukan. Salah satu bentuk komunikasi yang menjadi aset penting dalam sebuah perusahaan adalah komunikasi interpersonal.

Dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, komunikasi interpersonal merupakan proses penyampaian pesan yang terjadi antara dua belah pihak yang berinteraksi secara langsung yang memungkinkan mereka untuk memahami respon yang diberikan secara verbal dan nonverbal (Mulyana, 2014). Dalam buku *The Interpersonal Communication Book*, Joseph A. DeVito menyatakan bahwa komunikasi interpersonal melibatkan adanya pertukaran pesan verbal ataupun nonverbal (DeVito, 2016). Komunikasi tersebut mencakup pemberian instruksi, umpan balik, penyelesaian masalah, serta pembangunan hubungan yang saling mendukung antar sesama. Komunikasi interpersonal yang efektif dipengaruhi oleh lima faktor yang perlu dipertimbangkan yaitu *openness* (keterbukaan), *empathy* (empati), *supportiveness* (dukungan), *positiveness* (positif), dan *equality* (kesetaraan).

Pentingnya komunikasi interpersonal terlihat dari penelitian yang dilakukan oleh Lesmana pada tahun 2013, yang menunjukkan bahwa di Hong Kong kesadaran terhadap keterampilan komunikasi interpersonal di kalangan karyawan mencapai 38.2%, sementara di Indonesia hanya 9.83% (Lesmana, 2013). Keterampilan komunikasi interpersonal di Indonesia masuk dalam kategori rendah dikarenakan kurangnya tuntutan akan kemampuan komunikasi interpersonal di berbagai lingkungan kerja di Indonesia. Komunikasi interpersonal

dalam konteks antara atasan dan bawahan memainkan peran krusial dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, produktif, dan harmonis. Atasan atau pemimpin menggunakan komunikasi ke bawah secara efektif untuk mengarahkan bawahannya, baik meliputi pengarahan, perintah, instruksi, maupun evaluasi. Dalam sebuah perusahaan atau organisasi, komunikasi menjadi faktor penting bagi atasan ketika ingin memengaruhi bawahannya untuk melakukan pekerjaan ataupun bertindak dalam mengambil keputusan.

Selain membantu dalam meningkatkan motivasi kinerja karyawan, komunikasi antara atasan dan bawahan juga menciptakan adanya hubungan yang baik antara pimpinan dan karyawannya. Interaksi yang efektif dan terbuka antara atasan dan bawahan menciptakan suasana lingkungan kerja yang positif pula. Komunikasi atasan dan bawahan yang efektif membantu terciptanya loyalitas karyawan terhadap perusahaan. *Strong communication abilities contribute to a more positive company culture: when employees can communicate effectively, they form stronger connections. This fosters a united and efficient work atmosphere, while also enhancing their commitment dan loyalty to the company* (Laker, 2023). Terjadinya komunikasi yang baik antara atasan dan bawahan mencegah terjadinya kesalahpahaman ataupun konflik internal. Di sisi lain, atasan dapat memberikan dukungan terhadap perkembangan profesional karyawan serta mempengaruhi loyalitas karyawan.

Karyawan yang memiliki komitmen tinggi atau loyal terhadap perusahaan merupakan aset penting yang mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Hubungan antara karyawan, loyalitas karyawan, dan eksistensi perusahaan sangat erat dan berdampak signifikan pada kesuksesan dan keberlangsungan perusahaan. Karyawan yang loyal tidak hanya menjadi aset berharga dalam hal keberlanjutan operasional, tetapi juga memiliki dampak positif pada produktivitas, kualitas kerja inovasi, dan citra merek perusahaan secara keseluruhan. Hasil survei Global Workforce Study (GWS) pada tahun 2014 oleh Towers Watson yang melibatkan 32.000 karyawan di berbagai negara termasuk lebih dari 1.000 karyawan di Indonesia dari berbagai jenis latar belakang dan tingkat jabatan membuktikan bahwa terdapat 66% karyawan di Indonesia

memiliki kecenderungan untuk meninggalkan perusahaan tempat mereka bekerja dalam waktu dua tahun. Dalam studi Towers Watson yang melibatkan 1.637 perusahaan, termasuk 36 perusahaan di Indonesia membuktikan bahwa sebagian besar perusahaan menghadapi kesulitan dalam mempertahankan karyawan yang kompeten. Studi tersebut menjadi keprihatinan bagi perusahaan-perusahaan yang beroperasi di Indonesia, karena berpotensi menghadapi tantangan dalam mempertahankan sumber daya manusia yang berkualitas (Tim SINDOnews, 2014). Rendahnya loyalitas karyawan yang ditimbulkan karena banyaknya karyawan yang memutuskan untuk *resign* dari perusahaan tempat mereka bekerja, tentunya akan mengganggu kelancaran operasional perusahaan. Tingginya angka perpindahan karyawan juga berdampak pada citra perusahaan karena dinilai gagal dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman. Loyalitas karyawan memainkan peran kunci dalam membentuk eksistensi dan keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang.

Dalam konteks loyalitas karyawan juga menjadi tantangan bagi perusahaan bagaimana caranya untuk membentuk strategi guna meningkatkan loyalitas karyawan. PT Summarecon Agung Tbk, merupakan salah satu pengembang properti terkemuka di Indonesia dan berkontribusi dalam pengembangan beberapa kota terpadu menjadi kota satelit yang akan mendukung perkembangan ibu kota, Jakarta. Adanya potensi Summarecon mendorong perkembangan di kawasan Summarecon Serpong yang terletak di bagian barat Jakarta yakni kawasan Serpong, Tangerang. Sejak tahun 2004, Summarecon Serpong telah berhasil mengembangkan berbagai properti dan salah satunya yaitu pusat perbelanjaan, Summarecon Mall Serpong. Summarecon Mall Serpong (SMS) adalah pusat perbelanjaan terkemuka yang memberikan pelayanan dan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, sekaligus menjadi tempat rekreasi.

SMS hadir dengan konsep “*Family mall that offers pleasurable experience with an endless choices of shopping, cuisines, and entertainment centers*”. Summarecon Mall Serpong kerap mendapatkan penghargaan, yakni The Best Shopping Mall in Hospitality, Overall, and Facility Performance Category Upper Medium Mall in Jakarta Suburbs Marketeers Award 2012 yang diselenggarakan

oleh MarkPlus, The Best Retail Development Indonesia 2016 yang diselenggarakan oleh Asia Pacific Property Awards Development, The FIABCI Prix d'Excellence Award 2016 berupa World Silver Winner, dan masih banyak lagi. Sebagai salah satu sektor industri kategori pusat perbelanjaan, tentu saja Summarecon Mall Serpong tidak lepas dari banyaknya pusat perbelanjaan yang serupa dan berada di daerah sekitar.

Beberapa kompetitor Summarecon Mall Serpong, yakni AEON Mall BSD City, Supermal Karawaci, Tangcity Mall, dan lainnya. Tanpa diragukan lagi, kesuksesan Summarecon Mall Serpong ini dapat dicapai berkat kinerja yang luar biasa dari para karyawan yang ada di dalamnya. Summarecon Mall Serpong menerapkan strategi untuk menciptakan kebahagiaan bagi para karyawan di tempat kerja, dengan tujuan memelihara loyalitas karyawan dan dampaknya untuk meningkatkan produktivitas dan keberlangsungan perusahaan. Meskipun perusahaan telah menerima banyak penghargaan dan tetap eksis hingga saat ini, masalah komunikasi dalam perusahaan masih bisa berdampak pada loyalitas karyawannya. Ketidakseimbangan informasi, kurangnya visi misi yang jelas, serta tidak adanya umpan balik menimbulkan ketidakpuasan di lingkungan kerja karyawan. Budaya perusahaan yang negatif dan komunikasi yang tertutup akan berpengaruh pada loyalitas meskipun perusahaan berhasil secara bisnis.

Sebagai pusat perbelanjaan yang telah berdiri cukup lama dan memiliki reputasi baik, Summarecon Mall Serpong tentunya memiliki strategi dalam mengelola sumber daya manusia, termasuk upaya dalam membangun loyalitas karyawan. Keberagaman karyawan dari berbagai latar belakang dan tingkatan jabatan pun mendorong peneliti untuk mengeksplorasi komunikasi atasan dan bawahan dari perspektif yang berbeda-beda. Penelitian ini akan menganalisis secara mendalam bagaimana implementasi komunikasi interpersonal atasan dan bawahan dalam membangun loyalitas karyawan Summarecon Mall Serpong. Dengan memahami komunikasi interpersonal yang efektif serta faktor-faktor lainnya yang membangun loyalitas karyawan, perusahaan dapat mengambil

langkah-langkah strategis untuk membangun loyalitas karyawan dan menjaga eksistensinya di tengah persaingan bisnis pusat perbelanjaan.

1.2 Rumusan Masalah

Komunikasi interpersonal atasan dan bawahan memegang peranan penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang nyaman dan produktif. Dalam konteks perusahaan, komunikasi yang baik tidak hanya memastikan aliran informasi yang efektif, tetapi juga membangun rasa dihargai dan memiliki di kalangan karyawan yang akan mendorong loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Summarecon Mall Serpong sebagai salah satu pusat perbelanjaan terkemuka di wilayah Tangerang yang menawarkan berbagai fasilitas dan layanan yang berkualitas bagi pengunjungnya.

Dalam menjaga eksistensi dan persaingan di dunia bisnis ritel, Summarecon Mall Serpong bergantung pada loyalitas karyawannya. Loyalitas ini krusial karena karyawan yang loyal tidak hanya memberikan kontribusi yang berkelanjutan dan konsisten terhadap pencapaian target perusahaan, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang stabil dan mendukung budaya perusahaan yang positif. Namun, perusahaan menghadapi tantangan yang signifikan terkait komunikasi internal, seperti ketidakseimbangan informasi, kurangnya visi dan misi yang jelas, serta minimnya umpan balik yang membangun. Kondisi ini menimbulkan ketidakpuasan di kalangan karyawan, yang dapat merusak semangat kerja dan loyalitas mereka. Komunikasi yang tidak efektif antara atasan dan bawahan sering kali menjadi sumber utama kesalahpahaman, yang pada akhirnya dapat mengakibatkan peningkatan *turnover* dan menurunnya loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin menganalisis serta memahami bagaimana komunikasi interpersonal atasan dan bawahan dalam membangun loyalitas karyawan di Summarecon Mall Serpong.

Dengan pemahaman yang mendalam tentang komunikasi interpersonal yang ideal dan efektif serta faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas karyawan, Summarecon Mall Serpong dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih

baik. Langkah-langkah strategis yang diambil berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kepuasan kerja, memperkuat loyalitas karyawan, dan memastikan eksistensi perusahaan di tengah persaingan bisnis yang ketat. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan wawasan praktis bagi manajemen untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih harmonis dan produktif, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan sebagai pusat perbelanjaan terkemuka di wilayah Tangerang.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang didasarkan pada rumusan masalah di atas yaitu bagaimana komunikasi interpersonal atasan dan bawahan dalam membangun loyalitas karyawan Summarecon Mall Serpong?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana implementasi komunikasi interpersonal atasan dan bawahan dalam membangun loyalitas karyawan Summarecon Mall Serpong.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Kegunaan akademis dari penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi secara teoritis dalam Ilmu Komunikasi, terutama dalam konteks hubungan komunikasi antara atasan dan bawahan dalam sebuah perusahaan atau organisasi. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas cakupan pengetahuan yang bermanfaat bagi penelitian-penelitian masa depan yang menggali topik serupa.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Summarecon Mall Serpong dalam meningkatkan kualitas komunikasi antara atasan dan bawahan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas karyawan agar dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk membangun loyalitas karyawan. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan perusahaan atau organisasi lainnya dalam memahami pentingnya komunikasi

interpersonal yang ideal dan efektif antara atasan dan bawahan yang berdampak terhadap loyalitas karyawan.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Kegunaan sosial dari penelitian ini agar dapat menjadi inspirasi dan wawasan bagi masyarakat mengenai pentingnya komunikasi interpersonal antara atasan dan bawahan yang baik dalam lingkungan kerja dalam membangun loyalitas karyawan. Selain itu, penelitian ini berkontribusi dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui adanya pemahaman yang lebih baik tentang komunikasi interpersonal atasan dan bawahan dalam membangun loyalitas karyawan.

1.5.4 Keterbatasan Penelitian

Adapun batasan dari penelitian ini yaitu penelitian ini hanya berfokus pada analisis komunikasi interpersonal atasan dan bawahan untuk mengidentifikasi bagaimana aspek-aspek komunikasi ini membangun loyalitas karyawan. Penelitian ini dibatasi pada konteks perusahaan yang spesifik, yaitu Summarecon Mall Serpong, sehingga hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke perusahaan atau industri lain yang memiliki karakteristik organisasi, budaya, atau dinamika komunikasi yang berbeda. Dengan mempertimbangkan keterbatasan-keterbatasan ini, diharapkan pembaca dapat memiliki pemahaman yang lebih komprehensif mengenai konteks dan hasil penelitian ini. Keterbatasan-keterbatasan ini juga membuka peluang untuk penelitian lanjutan yang dapat memperluas dan memperdalam pemahaman mengenai komunikasi interpersonal dalam konteks organisasi yang berbeda atau dengan pendekatan metodologi yang lebih beragam.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A