

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang dianggap sebagai individu yang tidak dapat hidup sendiri dan selalu bergantung dengan individu lainnya. Kemampuan manusia berbeda dengan hewan karena manusia diciptakan sebagai makhluk yang memiliki akal untuk dapat mempertahankan hidupnya. Setiap perilakunya akan berkembang dan selalu mengharapkan penilaian dari individu lain. Terlebih kebutuhan interaksi dengan individu lain yang sangat berpengaruh dalam menjaga dan mempertahankan aktivitas dalam kehidupan bermasyarakat. Setiap manusia juga memiliki kebutuhan secara individual atau kelompok yang diperlukan adanya perilaku yang selaras yang menjadi pokok utama dalam masyarakat yang beradab.

Sumber daya manusia yang kian hari kian meningkat laju pertumbuhannya seiring berkembangnya teknologi yang menjadi pengaruh dalam menghadapi tantangan globalisasi. Komunikasi menjadi alat yang sangat penting dalam menunjang kemampuan interaksi seorang individu. Komunikasi merupakan proses seorang komunikator menyampaikan suatu pesan atau stimulus kepada komunikand tidak hanya sekedar memberitahu, tetapi juga mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu dalam mengubah perilaku orang lain (Effendy, 2002:49).

Hubungan komunikasi juga berpengaruh terhadap lingkungan kelompok maupun organisasi baik komunikasi dengan atasan atau bawahan, bahkan yang setara untuk mencapai tujuan yang sama. Komunikasi dalam suatu organisasi merupakan alat penghubung yang efektif bagi berjalannya suatu organisasi khususnya pada perusahaan. Pace dan Faules (2018:25) mengatakan “Organisasi merupakan suatu kelompok atau masyarakat yang bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu”. Komunikasi dalam suatu organisasi sangat penting untuk menunjang kesamaan makna dari setiap individu dalam mencapai tujuan organisasi yang telah ditentukan. Komunikasi organisasi sendiri berarti suatu disiplin ilmu yang dapat mengambil sejumlah arah yang bermanfaat dan sah.

Pada suatu perusahaan maupun instansi, komunikasi organisasi diperlukan dalam membangun sebuah organisasi agar tercipta dan berkembangnya suatu perusahaan yang dapat mencapai target dan orientasi pada perusahaan. Dalam kegiatan organisasi suatu perusahaan terdapat beberapa hal yang dimiliki yaitu pengambilan keputusan, pengukuran hasil kerja, interaksi dengan peraturan yang ada, pengembangan staf, dan keterikan dengan konsumen. Fungsi komunikasi yang terjadi didasarkan pada empat komponen yang melekat yakni, informasi, pengungkapan emosional, dan motivasi serta kendali dalam hal kontrol dan pengawasan. Komunikasi juga menjadi suatu kendali dari perilaku anggotanya dalam organisasi.

Suatu perusahaan dapat dikatakan baik jika perilaku organisasinya juga baik dari segi struktur maupun karyawannya itu sendiri. Komunikasi organisasi erat kaitannya dengan komunikasi formal dan informal. Komunikasi formal

berkaitan dengan penyampaian informasi dari atasan ke bawahan, pola komunikasinya yang berbentuk dari atas ke bawah, dari bawah ke atas, horizontal, dan diagonal.

Komunikasi tersebut dapat berjalan lancar dengan ditunjang suasana perusahaan yang mendukung dan iklim komunikasi yang baik pula dari tiap anggotanya. Iklim komunikasi sangat penting bagi organisasi karena ada kaitannya dengan konteks dari organisasi itu sendiri. Iklim komunikasi merupakan metafora yang berarti bentuk ucapan yang di dalamnya terdapat frase yang jelas dengan tujuan menyatakan suatu kemiripan. Iklim komunikasi juga gabungan dari berbagai persepsi suatu evaluasi makro tentang peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon karyawan terhadap karyawan lainnya, harapan, konflik antarpersona, dan kesempatan bagi pertumbuhan dan perkembangan organisasi itu. Kopelman, Brief, Guzzo (dalam Mulyana, 2018:148) menyatakan bahwa “iklim organisasi meliputi iklim komunikasi karena menjembatani praktik-praktik pengelolaan sumber daya manusia dengan produktivitas dan bila organisasi melaksanakan suatu rencana insentif keuangan baru atau berperan serta dalam pembuatan keputusan, mungkin muncul suatu perubahan dalam iklim organisasi.”

Iklim komunikasi organisasi juga berpengaruh bagi keputusan dan tindakan individu dan mempengaruhi pesan dari organisasi yang terdiri dari persepsi atau pengaruh organisasi dalam komunikasi. Pengaruh tersebut dapat didefinisikan, dikembangkan, dan disepakati secara berkesinambungan melalui interaksi dengan anggota organisasi lainnya. Jadi, iklim komunikasi dalam organisasi memiliki resiko yang penting bagi pergantian dan masa kerja karyawan

dalam organisasi serta iklim organisasi yang dikatakan positif dapat meningkatkan dan dukungan komitmen pada organisasi. Selain itu, perusahaan harus dapat mengedepankan hasil kerja yang telah ditentukan. Karyawan dituntut untuk memiliki kemampuan lebih dalam bekerja dan dapat meningkatkan kualitas bekerja agar peningkatan kinerja dapat tercapai.

Kinerja menjadi bagian terpenting dari suatu organisasi. Kinerja karyawan pada umumnya diartikan sebagai suatu pencapaian keberhasilan seseorang dalam melakukan tanggung jawab pekerjaannya dari suatu perusahaan maupun lembaga. Menurut A.A. Anwar Prabu Mangkunegara (2000:67) mengatakan bahwa “kinerja karyawan merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya.” Adapun faktor yang dapat mempengaruhi kinerja karyawan, yaitu faktor individu dan faktor lingkungan organisasi. Kedua faktor tersebut harus dapat diterapkan dengan baik oleh perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja karyawan yang lebih baik.

PT Dirgantara Indonesia (Persero) merupakan perusahaan industri pesawat terbang pertama dan satu-satunya yang ada di Indonesia dan Asia Tenggara. Perusahaan ini pertama kali berdiri pada 26 April 1976 dengan nama PT Industri Pesawat Terbang Nurtanio dan B.J. Habibie sebagai Presiden Direktur pada kala itu. Pada 11 Oktober 1985 nama Industri Pesawat Terbang Nurtanio berganti nama menjadi Industri Pesawat Terbang Nusantara dan setelah direstrukturisasi pada 24 Agustus 2000 berganti nama menjadi PT Dirgantara Indonesia (Persero). Perusahaan yang saat ini memiliki sekitar 4263 orang karyawan dengan berbagai

bidang pekerjaan ini, juga sangat membutuhkan adanya iklim komunikasi yang baik agar tercipta lingkungan komunikasi organisasi pada tiap bidang dapat mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Namun, Iklim komunikasi di PT Dirgantara Indonesia (Persero) masih belum ideal dan bertolak kepada komunikasi dari atas ke bawah yaitu komunikasi yang terjadi terkait dengan tanggung jawab dan wewenang dalam suatu organisasi. Komunikasi ke bawah ini bertujuan untuk menyampaikan informasi, kebijakan, dan lainnya, memimpin dan mengendalikan berbagai kegiatan yang ada pada tingkat bawah, menginstruksikan tugas dalam pekerjaan tertentu, cara menjaga iklim komunikasi dalam perusahaan, dan komunikasinya dapat berbentuk lisan maupun tulisan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Fahmi Mauluddin selaku Manajer Pengembangan Karir yang mengatakan bahwa “Iklim komunikasi di PT Dirgantara Indonesia (Persero) ini masih tergantung kepada gaya kepemimpinan masing-masing atasannya, ada yang otoriter dan ada juga yang terbuka. Departemen ini, mengacu pada visi dan misi perusahaan yang terus sejalan. Disisi lain, juga masih belum seperti yang diharapkan, tetapi sudah lebih cari dibandingkan yang dulu. Pengukuran kompetensi pada kinerja dilakukan tiap bulan dan tidak bisa berubah secara cepat per bulan. Jadi, tidak bisa melihat pengukuran yang lebih realistis seperti perusahaan lainnya. Sedangkan menurut bapak Harry Harjoyo selaku Staf Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi mengatakan bahwa:

“pada intinya untuk meningkatkan kinerja antarkaryawan tidak ada bukti tertulis bahwa itu meningkat atau menurun. *Key Performance Indicator*

(KPI) juga harus jelas dulu karena karyawan tidak mengetahui benar atau tidak dan bagus atau tidak pekerjaannya. KPI ini baru ada hanya sebatas KPI divisi atau departemen karena dibalikkan lagi ke tiap unitnya.” (Wawancara peneliti, 1 November 2018)

Iklm komunikasi di PT Dirgantara Indonesia (Persero) menurut penjelasan dari bapak Harry selaku Staf Departemen Komunikasi Perusahaan dan Promosi mengatakan bahwa iklim komunikasinya dinilai masih kurang baik dan belum seperti yang diharapkan. Perusahaan tidak dapat hanya mempercayai dan mengandalkan satu orang, meskipun pekerjaan yang dilakukan karyawan tersebut baik. Kendala yang sering terjadi juga karena tidak adanya *reward* dan *punishment* yang jelas dan menyebabkan karyawan yang lebih disiplin dan etos kerjanya lebih baik disamakan dengan karyawan yang melakukan kerja seadanya, adanya ketidakpedulian terhadap produksi, dan ketidaksadaran akan keselamatan. Hal tersebut berdampak pada kinerja karyawan dalam menunjang produktivitas kerja karena kondisi lingkungan kerja yang dapat dikatakan kurang baik.

Jadi, keberhasilan suatu perusahaan dalam terlaksananya iklim komunikasi tidak akan terlepas dari cara mengelola dan cara kerja para karyawan dalam membangun suasana perusahaan yang lebih baik serta dapat memberikan semangat dan menyelesaikan tugas-tugas yang dibebankan pada tiap karyawan. Kinerja juga harus dapat dilaksanakan sesuai dengan sistem yang lebih baik.

Berdasarkan latar belakang di atas, Peneliti ingin mengetahui iklim komunikasi yang dapat meningkatkan kinerja karyawan sehingga merumuskan penelitian sebagai berikut.

“Sejauhmana Pengaruh Iklim Komunikasi di PT. Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Sejuahmana Pengaruh **Kepercayaan** Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya?
2. Sejuahmana Pengaruh **Kejujuran** Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya?
3. Sejuahmana Pengaruh **Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah** Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya?
4. Sejuahmana Pengaruh **Perhatian Pada Tujuan Berkinerja Tinggi** Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya?
5. Sejuahmana Pengaruh Iklim Komunikasi Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap **Kualitas Kerja** Karyawannya?
6. Sejuahmana Pengaruh Iklim Komunikasi Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap **Ketepatan Waktu** Karyawannya?
7. Sejuahmana Pengaruh Iklim Komunikasi Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap **Inisiatif** Karyawannya?
8. Sejuahmana Pengaruh Iklim Komunikasi Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap **Komunikasi** Karyawannya?

1.3 Maksud dan Tujuan Masalah

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk menganalisa, mengetahui, dan menjelaskan tentang Sejauhmana Pengaruh Iklim Komunikasi Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pertanyaan yang telah disusun secara rinci pada identifikasi masalah, tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Pengaruh **Kepercayaan** Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh **Kejujuran** Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh **Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah** Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh **Perhatian Pada Tujuan Berkinerja Tinggi** Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap Kinerja Karyawannya.
5. Untuk Mengetahui Iklim Komunikasi Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap **Kualitas Kerja** Karyawannya.
6. Untuk Mengetahui Iklim Komunikasi Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap **Ketepatan Waktu** Karyawannya.

7. Untuk Mengetahui Iklim Komunikasi Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap **Inisiatif** Karyawannya.
8. Untuk Mengetahui Iklim Komunikasi Di PT Dirgantara Indonesia (Persero) Terhadap **Komunikasi** Karyawannya.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat mengembangkan Ilmu Komunikasi pada bidang komunikasi organisasi dan Iklim Komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian yang dilakukan ini untuk membantu, mengkaji, dan menambah pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dan pembaca.

a. Bagi Peneliti

Untuk menambah wawasan dan referensi dalam pengembangan mengenai ilmu pengetahuan yang telah didapatkan di bangku kuliah. Mengetahui gambaran dari teori dan praktek ilmu komunikasi secara umum.

b. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah referensi bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Komputer Indonesia dalam melakukan penelitian yang dapat memberikan kontribusi ilmu

sebagai pengembangan wawasan dan pengetahuan mengenai Pengaruh Iklim Komunikasi di PT Dirgantara Indonesia (Persero) terhadap Kinerja Karyawannya.

c. Bagi PT Dirgantara Indonesia (Persero)

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan menjadi referensi bagi PT Dirgantara Indonesia (Persero) dalam mencari solusi dari masalah yang mereka hadapi mengenai Pengaruh Iklim Komunikasi di PT Dirgantara Indonesia (Persero) terhadap Kinerja Karyawannya sehingga ke depannya dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan.