# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan merupakan sebuah wadah, dimana tempat orang-orang bernaung untuk melakukan suatu kerja sama dalam rangka mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan. Sebuah perusahaan tentunya memerlukan adanya suatu komunikasi antar individu yang baik. Dalam pengiriman antar individu, keefektifan salam pemberian suatu pesan dan makna sangat dibutuhkan agar mengantisipasi terjadinya kesalahpahaman antar individu yang dapat memberikan resiko terhadap kondusifitas iklim komunikasi. Perusahaan memiliki unit-unit komunikasi dalam hubungan hirarkis antara yang satu dengan lainnya dan yang berfungsi dalam suatu lingkungan.

Redding (dalam Pace dan Faules, 2018) menyatakan bahwa "iklim komunikasi jauh lebih penting daripada keterampilan atau Teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif". Sejalan dengan pengertian tersebut, dalam buku komunikasi organisasi yang ditulis oleh pace dan faules juga mengatakan bahwa iklim komunikasi merupakan gabungan dari persepsi-persepsi evaluasi makro mengenai peristiwa komunikasi, perilaku manusia, respon pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik antar personal, dan kesempatakan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut.

Sebuah iklim komunikasi yang sehat dapat dilihat dari beberapa faktor yang terjadi dalam perusahaan itu sendiri, salah satunya melalui motivasi karyawan yang ada. “motivasi kerja adalah bagaimana anggota organisasi menafsirkan lingkungan kerja mereka, seberapa baik harapan yang terpenuhi, peluang apa yang tersedia, seberapa banyak pemenuhan yang terjadi dan seberapa baik peranan-peranan organisasi yang bermanfaat dilaksanakan.” (Pace dan Faules, 2018). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa dengan meningkatnya motivasi kerja karyawan yang ada, berarti iklim komunikasi berjalan dengan sehat dan semua karyawan ikut mendukung dan melaksanakan operasional dengan baik demi mencapai tujuan organisasi bersama.

Pengaruh yang terjadi mengenai iklim komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan dalam suatu organisasi menjadi pembahasan yang sangat menarik untuk diteliti. Karena peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh iklim komunikasi terhadap motivasi kerja karyawan perusahaan, karena motivasi kerja karyawan merupakan hal yang penting bagi suatu organisasi. Dimana seorang karyawan adalah aset terpenting dalam suatu perusahaan, karena karyawanlah yang mendukung penuh serta menjadi harapan untuk menunjang perkembangan organisasi.

Sukses atau tidak dalam usaha mencapai tujuan perusahaan atau organisasi, berpangkal kepada tinggi rendahnya motivasi kerja karyawan dalam melakukan pekerjaan, serta diduga salah satu faktor lingkungan yang mempengaruhi motivasi

kerja berprestasi adalah iklim komunikasi. Jika seorang karyawan merasa tidak nyaman dengan iklim komunikasi sebuah perusahaan maka besar kemungkinan karyawan tersebut akan cenderung bekerja setengah-setengah sehingga hasil kerja nya pun tidak maksimal. Haney (dalan Arni, 2004: 178) menemukan bahwa semakin tinggi kepercayaan cenderung motivasi kerja semakin tinggi.

Seorang karyawan akan lebih termotivasi untuk bekerja jika didukung oleh iklim komunikasi yang sehat. Meskipun seorang karyawan tersebut memiliki kualitas kerja yang baik tetapi apabila karyawan tersebut tidak termotivasi dalam bekerja, maka akan menjadi hal yang sia-sia dengan kualitas kerja yang dimilikinya.

Dalam jurnal yang ditulis oleh Lawasi mengatakan bahwa salah satu faktor yang memiliki dampak signifikan terhadap komitmen karyawan adalah iklim organisasi. Iklim organisasi merupakan salah satu konsep utama dalam perilaku organisasi. Iklim organisasi yang baik memberikan inovasi dan inspirasi dalam organisasi serta memiliki peran positif dalam mencapai tujuan organisasi. Dengan begitu, seorang manajer dalam sebuah perusahaan harus selalu memantau iklim komunikasi. (Lawasi, 2017: 8)

Kencana Group merupakan sebuah perusahaan swasta nasional yang bergerak di bidang distribusi bahan bangunan. Kencana Group memiliki 18 cabang perusahaan yang tersebar di seluruh Indonesia, khusus nya di pulau jawa. Kencana Group memulai bisnisnya pada tahun 1993 di Kota Bandung, Jawa Barat di bidang

distributor bahan bangunan. Hingga saat ini distributor bahan bangunan merupakan bisnis utama dari Kencana Group. Kencana Group memiliki 865 karyawan aktif. Kencana Group memiliki visi untuk menjadi perusahaan nasional yang bergerak di berbagai bidang dengan menjungjung profesionalitas, produk, dan service terbaik dengan system dan control yang terintegrasi. Untuk itu, Kencana Group memiliki beberapa misi untuk mencapai visinya yaitu: menjadi mitra bisnis yang dapat diandalkan, menyediakan lapangan pekerjaan untuk membantu perekonomian nasional, mengantarkan produk dan jasa yang berkualitas, memastikan harga terbaik dan terjangkau untuk setiap produk dan jasa yang ditawarkan, dan menjadi bagian yang berkontribusi terhadap lingkungan sekitar disetiap kehadiran perusahaan.

Hasil pra-observasi peneliti yang dilakukan, peneliti menemukan beberapa fenomena yang menjadi alasan peneliti untuk mengambil penelitian ini. Fenomena yang ditemukan adalah iklim komunikasi dalam perusahaan tersebut belum maksimal dalam menunjang motivasi para karyawannya. Kencana Group memiliki total 18 cabang tersebar di wilayah pulau Jawa, komunikasi yang dijalankan oleh setiap cabang dalam perusahaan ini belum maksimal, fenomena yang terjadi yaitu diduga adanya iklim komunikasi yang tidak terjalin baik di dalam perusahaan dalam menunjang motivasi kerja karyawannya, dugaan tersebut didukung dengan adanya kesalahpahaman informasi yang selalu saja terjadi, mulai dari setiap cabang selalu lambat dalam melakukan pekerjaan yang disampaikan oleh perusahaan

pusat, banyak sekali karyawan cabang yang terkena sanksi pelanggaran karena adanya kesalahpahaman dalam komunikasi, jika karyawan sudah diberikan sanksi berupa surat pelanggaran, surat peringatan, serta surat teguran, karyawan pusat maupun cabang akan memiliki nilai atas kinerja yang buruk setelah dilakukan penilaian kerja selama tiga bulan sekali oleh perusahaan. Akibat dari fenomena tersebut banyak karyawan yang meninggalkan perusahaan, diturunkan jabatannya, absensi kehadiran karyawan yang menjadi kurang baik, dan karyawan yang menjadi kurang disiplin. Dimana pada akhirnya, karyawan yang bertahan akan bekerja seadanya atau hanya sekedar bekerja demi kebutuhan serta menjalankan tugas saja, tanpa ada motivasi untuk berbuat lebih baik untuk perusahaan.

Fenomena selanjutnya yang terjadi yaitu terkait iklim komunikasi yang terjalin di dalam perusahaan, berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian yang dilakukan bersama karyawan yang tidak meneruskan kontrak kerjanya (resign), mengatakan bahwa komunikasi di dalam perusahaan tidak maksimal, meskipun di dalam satu ruangan mereka selalu berkomunikasi melalui media sosial whatsapp, karena suasana perusahaan yang kaku membuat karyawan sungkan untuk mengambil langkah awal dalam berkomunikasi, maka dari itu banyak sekali kesalahpahaman yang terjadi.

Selain fenomena diatas, peneliti menemukan beberapa bukti yang menunjukan bahwa motivasi kerja karyawan di perusahaan Kencana Group mengalami permasalahan, terkait komitmen kerja karyawannya. Pada perusahaan

ini, sering sekali ditemukan perputaran sumber daya manusia yang sangat cepat, atau pergantian karyawan yang membuat perusahaan selalu melakukan proses rekrutmen karyawan. Dalam data perusahaan, sudah terhitung memiliki 67 karyawan yang resign dan mengundurkan diri sebelum kontrak mereka berakhir. Peneliti juga melakukan wawancara pra-penelitian langsung dengan 4 orang karyawan magang yang tidak meneruskan kontrak mereka karena mayoritas dari mereka berpikir, bahwa di dalam perusahaan ini peluang untuk mereka lebih menunjukan kemampuan diri mereka lebih sulit, serta untuk mendapatkan penghargaan dan promosi kerja juga tergolong ketat dalam perusahaan ini. Peneliti juga menemukan bahwa dukungan verbal maupun non verbal dalam perusahaan ini masih belum terlampau cukup baik untuk menunjang motivasi kerja para karyawannya.

Dari hasil pengamatan, fenomena diataslah yang menjadi cikal bakal yang menyebabkan iklim komunikasi di Kencana Group tidak kondusif, ini bisa dilihat dari hasil observasi awal yang peneliti lakukan di Kencana Group terutama dalam komunikasi setiap cabang yang memiliki banyak kesalahpahaman serta komunikasi yang kurang baik, karena adanya komunikasi yang kurang kondusif tersebut juga berdampak pada tingkat motivasi kerja para pegawainya.

Dari latar belakang diatas peneliti tertarik melakukan penelitian di Kencana Group ini karena Peneliti ingin melihat bagaimanakah pengaruh iklim komunikasi Kencana Group terhadap motivasi kerja karyawannya, dimana perusahaan ini

memiliki banyak sumber daya manusia, mengingat pentingnya iklim komunikasi dalam meningkatkan perkembangan perusahaan, dan motivasi kerja karyawan yang tinggi memiliki peran yang penting pula dalam meningkatkan perkembangan perusahaan, sehingga kedepannya organisasi dapat mengambil tindakan yang tepat untuk menyikapi setiap masalah atau peristiwa-peristiwa komunikasi yang ada untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih baik.

## 1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada latar belakang diatas, Rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah **"Sejauh Mana Pengaruh Iklim komunikasi Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya?"**

## 1.3 Identifikasi Masalah

Dalam rumusan masalah peneliti diatas yang masih umum, maka muncul beberapa masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Sejauh Mana Pengaruh **Kepercayaan** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya?
2. Sejauh Mana Pengaruh **Pembuatan Keputusan Bersama** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya?
3. Sejauh Mana Pengaruh **Kejujuran** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya?

4. Sejauh Mana Pengaruh **Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya?
5. Sejauh Mana Pengaruh **Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya?
6. Sejauh Mana Pengaruh **Perhatian Pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya?
7. Sejauh Mana Pengaruh Iklim Komunikasi Kencana Group Terhadap **Harapan** Kerja Karyawannya?
8. Sejauh Mana Pengaruh Iklim Komunikasi Kencana Group Terhadap **Pemenuhan** Kerja Karyawannya?
9. Sejauh Mana Pengaruh Iklim Komunikasi Kencana Group Terhadap **Peluang** Kerja Karyawannya?
10. Sejauh Mana Pengaruh Iklim Komunikasi Kencana Group Terhadap **Kinerja** Kerja Karyawannya?

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.4.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud yang ingin dicapai penulis searah dengan identifikasi masalah diatas adalah untuk mengetahui **Pengaruh Iklim Komunikasi Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya.** Hasilnya akan dibahas dalam karya tulis ilmiah berupa Skripsi, yang merupakan salah satu syarat sebelum menempuh gelar Sarjana Komunikasi.

### 1.4.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini bermaksud untuk mengetahui:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh **Kepercayaan** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh **Pembuatan Keputusan Bersama** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh **Kejujuran** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh **Keterbukaan Dalam Komunikasi Ke Bawah** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya.
5. Untuk Mengetahui Pengaruh **Mendengarkan Dalam Komunikasi Ke Atas** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya.
6. Untuk Mengetahui Pengaruh **Perhatian Pada Tujuan-Tujuan Berkinerja Tinggi** Kencana Group Terhadap Motivasi Kerja Karyawannya.
7. Untuk Mengetahui Pengaruh Iklim Komunikasi Kencana Group Terhadap **Harapan** Kerja Karyawannya.
8. Untuk Mengetahui Pengaruh Iklim Komunikasi Kencana Group Terhadap **Pemenuhan** Kerja Karyawannya.
9. Untuk Mengetahui Pengaruh Iklim Komunikasi Kencana Group Terhadap **Peluang** Kerja Karyawannya.

10. Untuk Mengetahui Pengaruh Iklim Komunikasi Kencana Group Terhadap **Kinerja** Kerja Karyawannya.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu serta menjadikan sebuah perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi atau secara khusus yang berkaitan dengan Iklim komunikasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan.

### 1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara Teoritis, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi serta menambah pengetahuan dalam ruang lingkup Ilmu Komunikasi terutama komunikasi organisasi yang berkaitan dengan Iklim Komunikasi Terhadap Motivasi Kerja Karyawan, serta sebagai sarana untuk menerapkan dan menguji teori yang berkaitan, sekaligus sebagai tambahan literatur untuk penulisan karya ilmiah yang akan datang.

### 1.5.2 Kegunaan Praktis

1 **Kegunaan Bagi Peneliti**

Bagi peneliti kegunaan penelitian ini sebagai suatu bentuk dari pembelajaran ilmu dan teori-teori yang telah di dapat selama menjalani proses Pendidikan kuliah dan juga pada lingkungan kerja, karena bagi peneliti sendiri, penelitian ini sangat berguna bagi ilmu komunikasi khususnya dalam konteks komunikasi organisasi serta pengalaman peneliti

khususnya pada saat sudah memasuki dunia kerja. Dalam penelitian ini juga peneliti mendapatkan banyak paradigma baru tentang Iklim komunikasi Terhadap Motivasi Kerja.

2 **Kegunaan untuk akademisi**

Penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum, bagi mahasiswa ilmu komunikasi secara keseluruhan sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi pengembangan penulisan dan penelitian karya ilmiah, khususnya yang berkaitan dengan iklim komunikasi dan motivasi kerja.

3 **Kegunaan bagi Kencana Group**

Penelitian ini juga secara praktis dapat sangat berguna bagi Kencana Group mengenai iklim komunikasi, yang nantinya dapat digunakan sebagai referensi atau sarana untuk meningkatkan produktivitas kerja, mengingat pihak Kencana Group belum pernah mengadakan penelitian serupa sebelumnya. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan referensi bagi perusahaan atau organisasi lain yang bergerak dibidang yang sama dengan Kencana Group.