BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Schein (dalam Muhammad, 2014, hal.23) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab. Dalam definisi tersebut terangkum tiga karakteristik utama dari organisasi. Pertama suatu organisasi pasti memiliki suatu tujuan tertentu yang ingin dicapai sesuai dengan kesepakatan seluruh anggota organisasi. Kedua, demi mencapai tujuan tersebut organisasi menciptakan struktur organisasi yang mencerminkan pembagian hirarki tugas dan tanggung jawab. Ketiga, setiap bagian dari organisasi akan selalu saling berhubungan satu dengan yang lain dan tergantung pada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan setiap aktivitas organisasi.

Komunikasi dalam organisasi dapat berlangsung dalam bentuk komunikasi ke bawah, ke atas, dan ke samping (lateral). Penggolongan ini didasarkan pada arah aliran pesan – pesan dan informasi di dalam suatu organisasi. Komunikasi ke bawah merupakan bentuk komunikasi dimana aliran informasi terjadi dari tingkatan manajemen puncak ke manajemen menengah, manajemen yang lebih rendah dan akhirnya sampai karyawan operasional (Masmuh, 2013, hal 10). Komunikasi ke atas memiliki aliran komunikasi dari hirarki wewenang yang lebih rendah ke yang lebih tinggi dan biasanya mengalir di sepanjang rantai komando (Masmuh 2013, hal 11). Komunikasi ke samping terjadi antara dua pejabat atau pihak yang berada dalam tingkatan hirarki wewenang yang sama (komunikasi

horizontal) atau antara orang atau pihak pada tingkatan yang berbeda yang tidak mempunyai wewenang langsung terhadap pihak lainnya (komunikasi diagonal) (Masmuh, 2013, hal. 12).

Dalam Kenyataannya, masalah komunikasi selalu muncul dalam organisasi (Masmuh, 2013, hal. 4). Padahal komunikasi dalam organisasi menjadi sistem aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi. Tidak ada organisasi tanpa komunikasi, karena komunikasi merupakan bagian integral dari organisasi (Lubis, 2008, hal. 53). Komunikasi menduduki tempat sentral, karena struktur, keluasan dan ruang lingkup organisasi hampir seluruhnya ditentukan oleh teknik-teknik komunikasi (Masmuh, 2013, hal 7). Jika hal ini bisa dipahami oleh setiap pengelola organisasi, maka perbedaan-perbedaan individu atau pun ketidak pengertian yang memicu konflik bisa dihindari.

Komunikasi organisasi harus bersifat terbuka, dua arah, dan konsisten. Komunikasi yang efektif akan membuat hubungan yang harmonis antara atasan maupun bawahan, sehingga terjadi kepuasan komunikasi. Konsep kepuasan komunikasi organisasi menurut Redding (dalam Masmuh, 2013, hal. 47) adalah semua tingkat kepuasan seorang karyawan mempersepsi lingkungan komunikasi secara keseluruhan. Pace and Faules (2001, hal. 165) menyebutkan bahwa kepuasan adalah suatu konsep yang biasa berkenaan dengan kenyamanan (nyaman dengan pesan-pesan, media komunikasi, dan hubungan dalam organisasi). Muhammad (2014, hal. 88) juga menyatakan, kepuasan dalam pengertian ini merujuk kepada bagaimana baiknya informasi yang tersedia memenuhi persyaratan permintaan anggota organisasi akan tuntutan bagi informasi, dari siapa datangnya, cara disebarluaskan, bagaimana diterima, diproses dan apa

respon orang yang menerima. Maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan komunikasi adalah sejauh mana harapan karyawan akan lingkungan komunikasi yang baik dapat dipenuhi oleh organisasi. Kepuasan komunikasi adalah suatu fungsi dari apa yang didapatkan seseorang, sesuai dengan apa yang mereka harapkan.

Selayaknya setiap organisasi harus memiliki lingkungan komunikasi yang baik untuk mendukung kepuasan komunikasi karyawan, tidak terkecuali PT Hume Sakti Indonesia (HSI). Organisasi ini adalah bentukan dari anak perusahaan Central Citra Murdaya (CCM) dengan tujuan sebagai mitra kerja yang tepat dalam dunia konstruksi bangunan terutama pada produk paku bumi dan tiang listrik beton. HSI sudah berdiri selama 30 tahun serta mampu bersaing dengan perusahaan BUMN seperti Wijaya Karya (WIKA), ADHI KARYA, dan Hutama Karya (HK).

Kepentingan pembangunan para *owner* dan *investor* maupun dari pemerintah akan keperluan maupun kebutuhan bisnis mereka menjadi pertimbangan perusahaan untuk membangun suatu organisasi yang tepat pada bidangnya. PT Hume Sakti Indonesia(HSI) sendiri merupakan salah satu perusahaan yang pertamakali bergerak dibidang teknik sipil di Jawa Timur. Memasuki tahun ke 31 HSI akhirnya mendatangkan karyawan baru untuk memimpin perusahaan dan diberi jabatan sebagai presiden direktur. Biasanya yang diharapkan karyawan dalam perubahan pemimpin adalah hasil dan kinerja yang lebih baik oleh perusahaan.

Namun berdasarkan hasil wawancara awal yang dilakukan penulis, ditemukan beberapa permasalahan kepuasan komunikasi karyawan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Arthur Krisanto (*marketing senior*, Senin, 12 September 2016), informasi dari atasan kepada bawahan memang seringkali tidak jelas dan bersifat otoriter. “Antara atasan satu dengan atasan

yang lain, seringkali memiliki instruksi yang berbeda sehingga menyusahakan karyawan di bawahnya. Pimpinan juga tidak mau maju, tidak mau mendengar saran karyawan.” (Arthur Krisanto, Senin 12 September 2016). Kesulitan karyawan untuk mendapatkan informasi yang jelas berkaitan dengan pekerjaan, juga diungkapkan oleh Mey Setiawati (Manager Finance, Senin, 12 September 2016) menyatakan bahwa dia beberapa kali salah memberi instruksi kepada bawahannya karena instruksi dari atasan tidak jelas. “Pada bulan lalu, sempat terjadi masalah di lapangan terkait pendirian tiang listrik beton, alat rusak yaitu *chain block* untuk mengkatrol tiang, harus segera dibelikan yang baru lalu diantarkan agar pekerjaan di lapangan bisa sesuai target tapi malah disuruh mencari harga pembanding dan itu memakan waktu, sehingga mandor di lapangan yang terlalu lama menunggupun mengambil keputusan sendiri untuk membeli alat yang baru tentunya dengan konfirmasi melalui seluler. Jadi saya hutang dengan mandor untuk menggantikan uangnya, ternyata atasan marah kenapa tidak menunggu dengan alasan harga alat yang dibeli mandor lapangan ditakutkan terlalu mahal.” (Mey Setiawati, Senin, 12 September 2016).

Selain instruksi atasan yang tidak jelas dan kesulitan karyawan untuk mendapatkan informasi yang jelas berkaitan dengan pekerjaan, berdasarkan hasil wawancara dengan I Komang Wicaksana (SPV Teknik Lapangan, Senin 12 September 2016) menyatakan bahwa ia mendapatkan kesulitan untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan kebijakan perusahaan. “Biasanya jika kami bekerja diatas delapan jam akan mendapatkan intensif tambahan, namun semenjak digantinya pimpinan yang baru, tiba – tiba kami diminta menandatangani bahwaintensif tambahan tidak ada lagi jika bekerja diatas delapan jam. Sehingga kami

para *Supervisor* (SPV) bingung, padahal tidak ada wacana demikian sebelumnya.” (Komang, Senin, 12 September 2016).

Sebagai organisasi yang terbilang cukup besar yang sudah berdiri 30 tahun juga selayaknya memiliki suatu forum sebaai sarana komunikasi antar karyawan. Namun, ternyata tidak setiap masukan dan keluhan dari bawahan dapat diterima dengan baik. Dhimas Suryo (Kepala SPV Teknik Lapangan, Senin 12 September 2016) menyatakan, forum diskusi yang dilakukan dua kali dalam satu bulan tidak memberikan hasil yang memuaskan, karena para pimpinan di kantor cabang Surabaya tidak berani mengambil keputusan dan menyuarakan pendapat dari bawahan kepada pimpinan pusat tertinggi, presiden direktur. “Padahal kami orang lapangan, kami yang benar-benar mengetahui secara terperinci apa saja yang terjadi di luar kantor, apa saja yang menjadi kebutuhan *customer* saat ini. Bagaimana kami bisa tahu juga apa yang harus diperbaiki? Bagaimana juga kami bisa memberikan pandangan kepada pimpinan pusat untuk kemajuan pekerjaan proyek lapangan.” (Dhimas Suryo, Senin, 12 September 2016).

PT Hume Sakti Indonesia (HSI) adalah perusahaan yang sudah berdiri 30 tahun tentunya mengalami perubahan jaman yang begitu pesat. Dalam setiap perubahan tersebut pasti menuju ke jenjang yang lebih baik. Namun, ternyata tidak setiap perubahan diterima dengan baik oleh beberapa karyawan di HSI. Limandhika (Manager Purchasing, Senin 12 September 2016). Menyatakan perubahan media informasi sangat membuatnya kesulitan untuk mengerti dan bahkan tidak tersampaikan dengan baik. “Biasanya informasi disampaikan melalui papan pengumuman, sekarang memakai *whats app*, sehingga saya pun jarang sekali membukanya karena belum terbiasa, malah enak baca di papan pengumuman seperti baca koran.” (Limandhika, Senin, 12 September 2016). Fenomena

komunikasi yang terjadi di antara karyawan PT Hume Sakti Indonesia (HSI) ini perlu digali lebih dalam. Jumlah karyawan HSI yang melebihi 100 orang, harus mampu dikelola dengan baik oleh pimpinan. Sehingga tercipta komunikasi yang baik dan kondusif. Prinsip tersebut tentunya menjadi tuntutan yang harus dipenuhi oleh sebuah perusahaan yang sudah berdiri selama puluhan tahun dan memiliki banyak *customer* yang tersebar diseluruh Nusantara.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka perumusan masalah pada penelitian ini adalah :

"Bagaimana tingkat kepuasan komunikasi karyawan PT Hume Sakti Indonesia Surabaya?"

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kepuasan komunikasi karyawan di PT Hume Sakti Indonesia Surabaya.

I.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini mengambil judul Tingkat Kepuasan Komunikasi Karyawan PT Hume Sakti Indonesia Surabaya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan metode survei. Objek kajian penelitian ini adalah mengenai tingkat kepuasan komunikasi. Populasi yang digunakan adalah seluruh karyawan tetap PT Hume Sakti Indonesia Surabaya sebanyak 34 karyawan yang terdiri dari 5 divisi (*Div.Pole*, *Div.Pile*, *Div.Piling*, *Div.Finance*, *Div.Purchasing*).

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi PT Hume Sakti Indonesia Surabaya. Terutama dalam menjawab permasalahan komunikasi yang sedang dialami perusahaan. Selain itu, juga sebagai panduan bagi perusahaan untuk mengetahui bagaimana kepuasan komunikasi para karyawannya.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini juga akan memperkaya kajian penelitian komunikasi khususnya konsentrasi komunikasi korporasi mengenai kajian tingkat kepuasan komunikasi karyawan.