

BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Sebagai makhluk sosial manusia tidak pernah bisa lepas dari interaksi dengan manusia lain. Interaksi yang terjadi menciptakan suatu bentuk kebutuhan. Komunikasi merupakan suatu bentuk interaksi yang terjadi baik antar individu atau individu dengan kelompok atau dapat pula terjadi antar kelompok. Entah itu individu atau pun kelompok komunikasi ini terjadi karena adanya pengiriman pesan. Aristotle mengemukakan tiga elemen yang ada dalam berkomunikasi yaitu; pembicara, pendengar, dan pesan. Hal ini yang kemudian dikembangkan oleh Prof. Mary Munter (2000) menjadi pengirim pesan, penerima pesan dan pesan. Munter juga menambahkan media (alat/sarana komunikasi) dan konteks budaya.

Sebagai salah satu bentuk kelompok, suatu organisasi tentu saja juga melakukan komunikasi. Organisasi atau *organization* bersumber dari kata kerja bahasa latin *organizare* yang berarti membentuk sebagai atau menjadi keseluruhan dari bagian-bagian yang saling bergantung atau terkoordinasi seperti yang dikatakan oleh Ido Priyono Hadi (2000) pada makalahnya yang berjudul *Komunikasi dalam Sebuah Organisasi*. Organisasi adalah sarana mengkoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang. Ditinjau dari aspek bisnis, organisasi adalah sarana manajemen. Hal ini berarti tujuan organisasi tidak mungkin tercapai tanpa manajemen, dan manajemen tidak mungkin ada tanpa organisasi.

Manajemen ada, jika ada tujuan yang akan dicapai atau diselesaikan. Menurut Timm dan Stead (1996:33) para anggota suatu organisasi haruslah mempunyai kemampuan berkomunikasi secara efektif dengan seluruh anggota organisasi agar dapat mempengaruhi dan mengkoordinasi semua anggota organisasi untuk bekerja sama mencapai tujuan organisasi. Korelasi antara komunikasi dan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi, seperti; bentuk komunikasi apa yang terjadi, metode dan teknik yang dipakai, media yang dipakai, dan prosesnya, serta faktor mana saja penghambatnya. Menurut Quible (1996:10) komunikasi secara efektif dalam organisasi dapat meningkatkan kinerja organisasi melalui beberapa cara, yaitu; menyediakan gambaran organisasi yang lebih positif terhadap pihak luar, mengurangi biaya, meningkatkan moral karyawan, serta meningkatkan produktifitas karyawan.

Komunikasi dalam organisasi juga memiliki komponen seperti pada komunikasi individu, yaitu; *the organization, the constituents, messages or images*. Ide dari Aristotle dan Munter (2000) ini yang kemudian disintesiskan untuk membuat suatu model komunikasi organisasi yang membentuk suatu lingkaran tidak terputus. Hal ini menggambarkan bahwa model ini menerangkan suatu proses yang dinamis, dan bukan suatu sistem yang memiliki awal dan akhir.

Seiring kemajuan jaman, kebutuhan akan komunikasi yang efektif sangatlah diperlukan. Media pendukung untuk melakukan komunikasi juga tidak kalah pesat perkembangannya. Kehadiran industri telekomunikasi sebagai salah satu media penyedia jasa komunikasi sangatlah diperlukan. Sejak tahun 1999

dengan ditetapkannya Undang-undang Nomor 36 tahun 1999 tentang Penghapusan Monopoli Penyelenggaraan Telekomunikasi, Pemerintah Republik Indonesia melakukan deregulasi di sektor telekomunikasi dengan membuka kompetisi pasar bebas. Hal ini mengundang banyak investor asing untuk meramaikan industri telekomunikasi di Indonesia. Investasi asing pun menjadi dominan pada industri telekomunikasi, bahkan pada kepemilikan 100% asing seperti operator selular Hutchison CP Telecommunication pun ada. Perusahaan lain yang juga didominasi asing adalah Excelcomindo Pratama 99,8%, Natrindo Telepon selular 95%, dan Sampoerna Telekomunikasi Indonesia 75%. PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk., atau yang biasa disebut Telkom sebagai salah satu BUMN, masih mempertahankan 51,19% kepemilikan sahamnya untuk negara.

Telkom bukan lagi menjadi perusahaan telekomunikasi yang dapat memonopoli. Tahun 2001 Telkom membeli 35% saham Telkomsel dari PT Indosat sebagai bagian dari implementasi restrukturisasi industri jasa telekomunikasi di Indonesia yang ditandai dengan penghapusan kepemilikan bersama dan kepemilikan silang antara Telkom dan Indosat. Hak eksklusif Telkom sebagai satu-satunya penyelenggara layanan telepon nir kabel di Indonesia berakhir sejak 1 Agustus 2001, begitu juga dengan Indosat sebagai satu-satunya penyelenggara layanan sambungan langsung internasional. Sejak bulan Agustus 2002 terjadi duopoli penyelenggaraan telekomunikasi lokal. Telkom memiliki 8 divisi, yaitu; *Information System Center, Infrastructure Telecommunication, Research and Development Center, Human Capital*

Development Center, Maintenance Service Center, Carrier Inter-carrier Center, Enterprise, dan Regional.

Suatu hal yang menarik untuk diteliti adalah dengan semakin maraknya kompetisi yang sudah terbangun, Telkom tetap mengklaim sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dengan jumlah pelanggan telepon tetap 12,4juta dan pelanggan telepon selular sebanyak 23,5juta. Dengan slogan "Committed to you", Telkom mengukuhkan pelayanan yang terus menerus ditingkatkan. Hal ini tentu saja ditunjang oleh keunggulan dari dalam dan luar Telkom.

Setiap perusahaan pastilah memiliki visi dan misi, tetapi tidak semua perusahaan mampu menggerakkan karyawannya selaras dengan visi dan misi yang sudah ditentukan. Dibutuhkan suatu strategi yang baik dan cukup kuat untuk mewujudkan hal tersebut. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah strategi komunikasi internal antara jajaran 'pengambil keputusan' atau atasan dengan 'pelaksana keputusan' atau bawahan dan sebaliknya pada Telkom khususnya Divisi Regional Jawa Timur, berdampak pada kinerja perusahaan ini. Peneliti akan mencoba meneliti keefektifan strategi komunikasi yang telah digunakan sejauh ini sehingga strategi ini dapat meningkatkan kinerja baik atasan maupun bawahan. Komunikasi internal yang baik akan membuat jalannya organisasi ini lebih lancar sejalan dengan misi yang diemban, untuk mewujudkan visi Telkom menjadi penyelenggara jasa informasi dan komunikasi yang handal di level regional.

1.2 Perumusan Masalah Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam usaha untuk menjawab pertanyaan berikut:

- Apakah komunikasi internal ke arah bawah yang dilakukan atasan terhadap karyawan berpengaruh pada kinerja perusahaan?
- Apakah komunikasi internal ke arah atas yang dilakukan karyawan terhadap atasan berpengaruh pada kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- Menganalisis pengaruh komunikasi internal ke arah bawah yang dilakukan atasan terhadap karyawan pada kinerja perusahaan
- Menganalisis pengaruh komunikasi internal ke arah atas yang dilakukan karyawan terhadap atasan pada kinerja perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi tambahan wacana dan wawasan bagi peneliti lain dalam bidang komunikasi bisnis sehingga memperkaya pengetahuan tentang komunikasi bisnis yang sudah ada.

- Bagi Perusahaan

Penulis berharap penelitian ini dapat memberi masukan positif untuk PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA khususnya pada Divisi Regional V Jawa Timur agar strategi komunikasi yang dilakukan dapat lebih baik di

masa mendatang, sehingga hal ini menjadi pendukung kelancaran strategi bisnis yang ada secara keseluruhan.