

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Organisasi telah berkembang pesat sepanjang sejarah, pada awalnya organisasi didirikan berdasarkan ikatan keluarga, agama, dan suku. Namun, seiring dengan perkembangan zaman organisasi menjadi lebih kompleks dengan struktur dan aturan yang mulai jelas terbentuk. Abadi (2019) menyatakan bahwa organisasi merujuk pada entitas yang terstruktur dan terorganisir dengan tujuan khusus. Ini bisa mencakup berbagai bentuk entitas, seperti perusahaan, lembaga pemerintah, organisasi nirlaba, atau kelompok sosial.

PT. Petrokimia Gresik merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang produksi pupuk yang memiliki sistem terstruktur dalam proses komunikasinya, Dimana pertukaran pesan maupun informasi dimulai dari atasan dan akan diteruskan ke bawahan melalui hierarki yang telah ditetapkan. Dalam menjalankan bisnisnya PT. Petrokimia Gresik memerlukan kerja sama yang baik dari setiap anggota di dalam perusahaan. Komunikasi menjadi hal utama dalam keberhasilan suatu organisasi, yang memungkinkan aliran informasi, pemahaman, dan kolaborasi antara individu dan tim di dalam organisasi. Komunikasi juga menjadi sebuah media yang digunakan oleh anggota-anggota organisasi dalam berdiskusi, bertukar pemikiran, membuat laporan, serta membuat kebijakan dan arahan kepada anggota lain baik dilakukan secara formal maupun informal.

Tidak dapat dipungkiri sebagai salah satu perusahaan pupuk terkemuka di Indonesia, PT. Petrokimia Gresik memerlukan sistem komunikasi dengan pertukaran informasi yang cepat dan tepat, khususnya dalam Departemen Komunikasi Korporatnya. Departemen komunikasi korporat merupakan departemen di PT. Petrokimia Gresik yang memiliki tugas serta fungsi penting dalam membentuk citra positif perusahaan baik internal maupun

eksternal. Dalam menjalankan tupoksinya yang berhubungan langsung dengan jajaran direksi dan Masyarakat, komunikasi merupakan kunci kesuksesan dari departemen ini. Melalui komunikasi para anggota di departemen tersebut dapat menyampaikan pesan maupun informasi, ide atau gagasan dengan anggota lain secara timbal balik dengan tujuan tertentu. Jika dalam proses penyampaian suatu pesan komunikasi antara staf dengan pimpinan maupun sebaliknya menimbulkan reaksi positif, maka terjadilah suatu hubungan yang baik dalam organisasi.

Komunikator (pengirim pesan), pesan (informasi yang disampaikan), media (saluran komunikasi yang digunakan), komunikan (penerima pesan), dan efek (pengaruh) merupakan lima komponen kunci yang disebutkan oleh Arni (2009) yang mempengaruhi komunikasi organisasi. Oleh karena itu, proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu dapat dipahami sebagai komunikasi yang berhasil. Kelima komponen tersebut sangat penting keberadaannya, karena jika salah satu unsur tersebut hilang, maka komunikasi tidak dapat dikatakan efektif.

Komunikasi organisasi pada lingkungan kerja dalam perusahaan di Indonesia hingga saat ini masih menemui banyak permasalahan. Kurangnya perhatian terkait komunikasi internal dalam perusahaan mengakibatkan dampak yang serius. Menurut survei yang dilakukan oleh Michael Page di tahun 2022 menunjukkan bahwa sebanyak 64% karyawan di Indonesia merasa frustrasi dengan kondisi komunikasi internal yang tidak mendukung, dan sebanyak 38% karyawan di Indonesia yang keluar dari pekerjaan mereka menyebutkan masalah komunikasi sebagai alasan utama.

Dari data tersebut perusahaan maupun organisasi di Indonesia sudah seharusnya untuk memperbaiki kondisi komunikasi di dalam lingkungannya. Dimana dengan terciptanya komunikasi organisasi yang baik akan mendukung jalannya proses kerja di dalam

perusahaan. Lebih dari itu komunikasi organisasi juga menjadi salah satu faktor pendukung semangat kerja karyawan.

Organisasi yang sukses dalam mencapai tujuannya akan selalu berusaha mencari cara untuk meningkatkan efisiensi para anggotanya. Hal ini sejalan dengan peningkatan SDM atau sumber daya manusia dalam hal kinerja karyawan. Peningkatan ini dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti kegiatan pelatihan dan pengembangan (diklat), pendidikan lanjutan, kursus, atau metode lainnya. Tidak hanya itu, kondisi lingkungan di mana perusahaan beroperasi, baik itu lingkungan eksternal maupun internal, juga perlu diperhatikan. Lingkungan internal organisasi tidak dapat dipisahkan dari budaya atau kebiasaan Masyarakat sekitar, yang mana ini berarti karyawan yang bekerja di perusahaan tersebut terbentuk dan beraktivitas dalam konteks budaya yang dianutnya. Oleh karena itu, dalam hal pengelolaan kinerja karyawan iklim komunikasi organisasi atau iklim kerja sangat penting.

Iklim komunikasi organisasi menurut Pace dan Faules (Sumarni, dkk., 2017:6) merupakan gabungan antara tanggapan anggota organisasi terhadap rekan kerja, harapan, perselisihan antar individu, dan pandangan terhadap peristiwa dan perilaku komunikasi. Suasana yang terbentuk dalam suatu perusahaan, baik dari internal maupun eksternal, dapat mempengaruhi baik atau buruknya reaksi karyawan. Iklim komunikasi di dalam sebuah perusahaan memiliki berbagai jenis dan cara penyampaian yang berbeda dengan perusahaan lainnya. Perkembangan iklim komunikasi di perusahaan terjadi secara alami seiring dengan perkembangan perusahaan itu sendiri. Untuk menciptakan iklim organisasi yang baik di perusahaan, diperlukan komunikasi yang positif dan efektif agar iklim komunikasi dapat terbentuk dengan baik. Hal ini tentunya juga berlaku dalam Departemen Komunikasi Korporat PT. Petrokimia Gresik, dengan adanya iklim komunikasi yang baik

dan positif, maka akan mendukung semangat kerja dari para staf di dalam departemen, sehingga dengan kinerja yang meningkat tujuan perusahaan pun akan dapat terwujud.

Anggota organisasi yang didorong untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara yang santai, ramah, dan terbuka menciptakan iklim komunikasi positif dalam lingkungan organisasi. Di sisi lain, organisasi yang memiliki iklim komunikasi yang buruk membuat anggota dalam organisasi cenderung mengucilkan diri dan takut untuk berbicara terbuka dan ramah satu sama lain (Muhammad, 2004: 84). Iklim komunikasi dalam organisasi juga mendorong anggota untuk memenuhi tanggung jawab mereka secara bertanggung jawab dan memberikan informasi yang akurat dan transparan tentang perusahaan.

Dalam peningkatan kinerja karyawan sangat dipengaruhi oleh suasana kerja atau iklim yang diciptakan di dalam organisasi. Suasana kerja yang mendukung dapat terwujud melalui pola komunikasi yang terjalin di dalam sebuah organisasi, baik buruknya suasana kerja didalam organisasi akan sangat berdampak terhadap kinerja karyawan. Khususnya pada departemen komunikasi korporat yang menjadi bagian penting dalam kesuksesan jangka panjang PT. Petrokimia Gresik.

Banyaknya prestasi dari sebuah organisasi menandakan kinerja dari para anggota didalamnya telah berjalan dengan baik, begitu juga dengan Departemen Komunikasi Korporat PT. Petrokimia Gresik yang telah banyak meraih prestasi baik lokal maupun nasional, salah satunya yaitu berhasil meraih Platinum Winner pada tahun 2020, 2022 dan 2023 dalam ajang Public Relations Indonesia Awards (PRIA). Tidak sampai disitu, di tahun 2022 departemen ini juga memenangkan Platinum Award atau juara umum dalam sektor Anak Usaha BUMN pada ajang Anugerah Humas Indonesia (AHI). Dari banyaknya prestasi yang telah diraih tersebut membuat departemen komunikasi korporat atau yang akrab dikenal dengan humas perlu untuk mempertahankan semua pencapaiannya. Hal ini dapat ditunjang melalui penguatan sumber daya manusianya. Dimana kualitas sumber daya

manusia yang baik sangat dipengaruhi oleh keadaan iklim komunikasi organisasi yang efektif. Iklim komunikasi ini pula yang akan membuat kinerja karyawan terus meningkat.

Dari penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Iklim Komunikasi Organisasi dalam Mengelola Kinerja Karyawan Departemen Komunikasi Korporat PT. Petrokimia Gresik, Adapun alasan peneliti memilih judul tersebut karena terdapat permasalahan yang terkait dengan komunikasi organisasi, yaitu adanya kesenjangan antara karyawan senior dan karyawan junior, dimana karyawan senior kurang menerima kritik dan saran dari karyawan junior. Hal ini terjadi karena perbedaan status atau jabatan dan umur yang terlampau jauh, sehingga ini menyebabkan konflik kecil di antara mereka. Dari permasalahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang terjadi di dalam departemen tersebut masih bermasalah.

Berdasarkan penjelasan dalam latar belakang tersebut dan hasil studi yang dilakukan pada Departemen Komunikasi Korporat PT. Petrokimia Gresik, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul “Iklim Komunikasi Organisasi dalam Pengelolaan Kinerja Karyawan (Studi pada Departemen Komunikasi Korporat PT. Petrokimia Gresik)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang masalah diatas, peneliti dapat merumuskan permasalahan penelitian yaitu “Bagaimana iklim komunikasi organisasi pada Departemen Komunikasi Korporat PT. Petrokimia Gresik dalam mengelola kinerja karyawan?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui kontribusi iklim komunikasi organisasi di dalam

mengelola kinerja karyawan pada Departemen Komunikasi Korporat PT. Petrokimia Gresik.

1.4 Manfaat Penelitian

Peneliti berhadapan dengan penelitian ini mampu memberikan manfaat bagi semua pihak, baik secara akademis maupun secara praktis. Manfaat tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dan wawasan baru dalam pengembangan studi akademik bagi para mahasiswa di bidang Ilmu Komunikasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti lain yang tertarik dalam meneliti iklim komunikasi organisasi, terutama dalam konteks internal perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru dan pemahaman yang lebih dalam lagi bagi penulis serta para pembaca secara umum terkait perkembangan dalam bidang komunikasi korporat. Selain itu, dengan adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan berharga bagi PT. Petrokimia Gresik khususnya Departemen Komunikasi Korporat dalam mengevaluasi dan meningkatkan iklim komunikasi organisasinya.