

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia kerja modern, komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi. Setiap kegiatan di tempat kerja, baik antara pimpinan dan bawahan maupun antar rekan kerja, menuntut adanya komunikasi yang efektif agar koordinasi dapat berjalan dengan baik. Ketika komunikasi tidak berjalan sebagaimana mestinya, maka akan muncul berbagai permasalahan seperti salah pengertian, konflik antar karyawan, bahkan menurunnya produktivitas dan loyalitas kerja. Oleh karena itu, komunikasi menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sistem manajerial dan hubungan antar individu dalam lingkungan organisasi.

Fenomena ini juga dapat ditemukan pada lingkungan kerja di Mitra Usaha AHASS (Astra Honda Authorized Service Station) Sengkaling, salah satu bengkel resmi Honda yang berada di bawah jaringan Astra Motor. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa pelayanan kendaraan bermotor, AHASS Sengkaling dituntut untuk memberikan pelayanan yang cepat, tepat, dan berkualitas kepada pelanggan. Dalam praktiknya, pelayanan tersebut hanya dapat berjalan dengan baik apabila setiap bagian dalam organisasi mulai dari kepala bengkel, supervisor, mekanik, hingga staf administrasi mampu berkomunikasi secara efektif, baik dalam penyampaian instruksi, laporan, maupun koordinasi kerja sehari-hari.

Di sisi lain, perubahan struktur tenaga kerja di Indonesia juga memberikan pengaruh terhadap pola komunikasi dalam organisasi. Berdasarkan data dari GoodStats yang mengutip Sensus Penduduk BPS, Indonesia saat ini didominasi oleh generasi Z, yang pada tahun 2023 mencakup sekitar 27,94% dari total populasi nasional. Kondisi ini menunjukkan bahwa tenaga kerja di berbagai sektor, termasuk sektor jasa otomotif seperti AHASS, kini diisi oleh generasi muda dengan karakteristik, nilai, dan gaya komunikasi yang berbeda dibanding generasi sebelumnya. Sementara itu, generasi milenial cenderung menempati posisi manajerial atau kepemimpinan. Kombinasi lintas generasi ini menciptakan tantangan tersendiri dalam menjalin komunikasi yang efektif,

karena terdapat perbedaan cara berpikir, berinteraksi, dan merespons pesan antara kedua kelompok generasi tersebut.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tantangan komunikasi di dunia kerja tidak hanya berkaitan dengan cara penyampaian pesan, tetapi juga menyangkut pola komunikasi yang digunakan dalam organisasi. Pola komunikasi yang tidak sesuai dapat menghambat pemahaman antara pimpinan dan karyawan, menimbulkan kesalahpahaman, serta menurunkan rasa keterlibatan dan loyalitas terhadap perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi setiap organisasi, termasuk AHASS Sengkaling, untuk menerapkan pola komunikasi yang efektif agar mampu membangun hubungan kerja yang harmonis dan menumbuhkan rasa saling percaya antar karyawan.

Sebagai organisasi jasa, AHASS Sengkaling menuntut tingkat koordinasi tinggi antar bagian agar pelayanan pelanggan berjalan lancar. Setiap karyawan memiliki peran dan tanggung jawab yang saling berkaitan. Kepala bengkel berperan sebagai pengambil keputusan dan pengarah kerja, supervisor bertugas menyampaikan instruksi serta memastikan tugas dijalankan dengan baik, sedangkan mekanik dan staf administrasi menjadi pelaksana utama di lapangan. Dalam proses kerja tersebut, pola komunikasi organisasi berfungsi sebagai penghubung antara satu posisi dengan posisi lain agar setiap kegiatan berjalan secara terstruktur, efektif, dan efisien.

Menurut (Siregar et al., 2021), komunikasi organisasi merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan di dalam sebuah organisasi atau perusahaan, baik dari atasan kepada bawahan, bawahan kepada atasan, maupun antar rekan sejawat. Komunikasi organisasi tidak hanya menyangkut penyampaian pesan formal seperti instruksi kerja atau laporan hasil, tetapi juga melibatkan komunikasi informal yang terjadi dalam hubungan sosial antar karyawan. Keefektifan komunikasi organisasi dapat menciptakan lingkungan kerja yang kondusif, meningkatkan motivasi, dan memperkuat rasa memiliki terhadap perusahaan.

Lebih lanjut, Lasswell (1948) menjelaskan bahwa komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu untuk menghasilkan efek tertentu. Hal ini

berarti, keberhasilan komunikasi tidak hanya dilihat dari tersampainya pesan, tetapi juga dari efek atau tanggapan yang muncul setelah pesan diterima. Senada dengan itu, (Effendy, 2011) menyatakan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan tujuan menghasilkan tanggapan yang sesuai dengan harapan komunikator. Jika tanggapan yang diberikan tidak sesuai, maka komunikasi dianggap tidak efektif.

Dalam konteks organisasi seperti AHASS Sengkaling, komunikasi yang efektif menjadi kunci utama dalam membangun hubungan kerja yang sehat. Pola komunikasi yang jelas dapat meminimalkan terjadinya *miscommunication*, mempercepat penyelesaian pekerjaan, serta menciptakan lingkungan kerja yang profesional dan kondusif. Pola komunikasi juga berperan penting dalam menentukan bagaimana pesan dan informasi mengalir di antara anggota organisasi. Menurut Joseph A. DeVito dalam (Siregar et al., 2021), terdapat lima pola komunikasi yang umum terjadi dalam organisasi, yaitu pola rantai (*chain pattern*), pola Y (*Y pattern*), pola lingkaran (*circle pattern*), pola roda (*wheel pattern*), dan pola bintang (*all-channel pattern*). Kelima pola tersebut menggambarkan arah dan bentuk hubungan komunikasi di antara anggota organisasi berdasarkan struktur yang ada.

Melihat pentingnya pola komunikasi dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan, maka pola komunikasi organisasi menjadi aspek yang perlu diperhatikan, terutama ketika dihadapkan pada perubahan karakteristik generasi tenaga kerja. Generasi muda yang saat ini mendominasi dunia kerja menuntut sistem komunikasi yang lebih terbuka, interaktif, dan partisipatif. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengkaji bagaimana pola komunikasi organisasi diterapkan di AHASS Sengkaling serta bagaimana pola tersebut mempengaruhi respons dan loyalitas karyawan terhadap organisasi.

Lingkungan kerja di AHASS Sengkaling dinilai relevan untuk dijadikan lokasi penelitian karena memiliki struktur organisasi yang jelas serta aktivitas kerja yang menuntut koordinasi tinggi antar anggota tim. Peneliti ingin mengamati secara mendalam bagaimana pola komunikasi dijalankan dalam praktik sehari-hari, bagaimana karyawan merespons bentuk komunikasi yang

diterapkan, dan sejauh mana hal tersebut berkaitan dengan loyalitas kerja mereka terhadap perusahaan.

Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penerapan pola komunikasi organisasi dalam membangun loyalitas karyawan, sekaligus memperkaya kajian ilmiah di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi organisasi dan sumber daya manusia.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana loyalitas karyawan di AHASS Sengkaling yang terbentuk melalui pola komunikasi yang diterapkan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Menganalisis loyalitas karyawan di AHASS Sengkaling yang terbentuk melalui pola komunikasi yang diterapkan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi organisasi. Dengan menyoroti hubungan antara pola komunikasi yang diterapkan dalam organisasi dan loyalitas kerja karyawan, penelitian ini dapat menjadi dasar pengembangan teori-teori baru atau penguatan teori yang sudah ada. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi kontribusi terhadap pengembangan model komunikasi yang relevan untuk diterapkan dalam lingkungan kerja.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat menjadi sumber referensi dan inspirasi bagi mahasiswa, khususnya yang sedang mempelajari atau meneliti topik-topik terkait pola komunikasi didalam organisasi. Mahasiswa dapat menggunakan temuan dari penelitian ini untuk memperluas wawasan dan memahami lebih dalam bagaimana pola komunikasi yang diterapkan serta loyalitas karyawan dalam konteks dunia kerja nyata.

2. Bagi Praktisi dan Dunia Usaha

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi para praktisi di dunia kerja, seperti manajer, supervisor, serta pihak HRD, dalam merancang sistem komunikasi yang mampu menciptakan hasil yang positif dari karyawan. Dengan memahami hubungan antara komunikasi organisasi dan loyalitas kerja, perusahaan dapat mengembangkan budaya komunikasi yang mendukung karyawan dan membangun suasana kerja yang harmonis.

