

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi seperti sekarang, tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan organisasi baik yang bersifat sosial maupun formal akan semakin berkembang pesat di Indonesia. Untuk bisa bertahan dan tetap relevan, sebuah organisasi perlu memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten. SDM yang berkualitas akan mempermudah pencapaian tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Sama halnya dengan individu, komunikasi juga menjadi aspek krusial dalam keberlangsungan hidup suatu organisasi.

Salah satu untuk meningkatkan SDM yang kompeten dan berkualitas adalah dengan merekrut calon karyawan yang ahli di bidangnya. Dalam proses tersebut, perusahaan tentu harus mengalokasikan anggaran untuk membayar upah, guna memperoleh sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas, baik dari segi sikap maupun kinerja. Pada prinsipnya, setiap perusahaan atau organisasi, baik pemerintah maupun swasta, tidak hanya mencari karyawan yang terampil dan cakup, akan tetapi yang memiliki kemampuan untuk bekerja keras dan berorientasi pada pencapaian hasil kerja yang optimal.

Menurut Tanjung and Manalu, 2019 Kinerja adalah prestasi kerja yang merupakan hasil dari implementasi rencana kerja yang dibuat oleh suatu institusi yang dilaksanakan oleh pimpinan dan karyawan (SDM) yang bekerja di institusi itu baik pemerintah maupun Perusahaan (bisnis) untuk mencapai tujuan organisasi. Menurut Kasmir, 2018 kinerja karyawan merupakan perilaku nyata yang

ditampilkan setiap orang sebagai prestasi kerja yang dihasilkan oleh karyawan sesuai perannya dalam sebuah instansi perusahaan atau organisasi.

Pentingnya komunikasi dalam organisasi sering menjadi bahan pertanyaan, baik dari kalangan yang mendalami studi ilmu komunikasi maupun mereka yang tertarik terhadap dinamika organisasi. Dalam realitasnya, permasalahan komunikasi kerap muncul dalam setiap proses pengorganisasian. Komunikasi berperan penting dalam membentuk iklim organisasi, yang pada akhirnya berpengaruh dalam membangun budaya organisasi, berupa nilai-nilai dan kepercayaan. Komunikasi organisasi merujuk pada proses komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan, baik dengan karyawan maupun dengan pihak eksternal yang berkaitan dengan organisasi.

Pemahaman akan organisasi tentu membutuhkan pemahaman akan banyaknya hal yang harus dilaksanakan dalam operasionalnya. Komunikasi organisasi mempunyai arti penting penyampaian pesan – pesan dalam lingkup organisasi. Menurut Pace & Faules yang dikutip oleh (Azwina and Yusuf, 2020), komunikasi organisasi merupakan suatu pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit - unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Teori tersebut bermakna bahwa komunikasi organisasi merupakan salah satu perilaku keorganisasian yang didalamnya terdapat penyampaian pesan dan merupakan aspek penyambung informasi antar individu dalam organisasi atas segala aktivitas yang dilakukan.

Penelitian-penilitian terdahulu tentang komunikasi organisasi telah menunjukkan adanya korelasi positif antara efektivitas komunikasi organisasi

dengan peningkatan kinerja karyawan. Beberapa studi menganalisis hubungan komunikasi organisasi dengan kinerja karyawan dan menemukan bahwa kepemimpinan serta pola komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja.

Salah satu penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa komunikasi organisasi yang efektif dan efisien memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawannya. Penelitian yang dilakukan oleh (Azwina and Yusuf 2020) berjudul “Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Gapa Citramandiri, Radio Dalam–Jakarta Selatan” menunjukkan bahwa ketika komunikasi dalam organisasi berjalan dengan baik dan ditandai dengan kejelasan informasi, keterbukaan antar individu, dan saluran komunikasi yang tepat, hal tersebut mampu meningkatkan pemahaman tugas, kolaborasi tim, serta motivasi kerja karyawan. Hasilnya kinerja karyawan pun menjadi lebih optimal, karena setiap individu dapat menjalankan tugasnya sesuai arahan dan tujuan organisasi, yang terlihat dari hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi organisasi pada PT. Gapa Citramandiri sudah baik.

Komunikasi yang efektif berkontribusi pada pencapaian budaya organisasi yang positif dan produktif, sehingga setiap individu merasa dihargai dan termotivasi untuk berkontribusi (Azeem et al. 2021). Hal ini diperkuat oleh, yang menjelaskan bahwa komunikasi yang efektif dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi secara efisien (Dian prasetya, 2025).

Mengingat komunikasi organisasi sangat penting maka dari itu komunikasi perlu dilakukan secara maksimal sehingga pesan yang disampaikan oleh

komunikator harus jelas sehingga komunikan bisa memahami makna tersebut, agar tidak terjadi miskomunikasi antara pimpinan dan karyawan sehingga tidak berpontensi menghambat pekerjaan. Ada beberapa pendapat tentang komunikasi, antara lain: Menurut (Robbins 2016) bahwa proses komunikasi merupakan tahapan-tahapan diantara sumber dengan penerima yang menghasilkan pemindahan dan pemahaman makna.

Dalam suatu organisasi komunikasi termasuk kegiatan untuk melancarkan hubungan antara pimpinan dengan bawahannya. Mengingat pentingnya fungsi tersebut maka komunikasi perlu dilakukan maksimal sebagai upaya pesan, serta maksud yang disampaikan seseorang dapat diterima serta dimengerti oleh orang lain (Lamato, 2024).

Salah satu tantangan yang kerap muncul dalam sebuah organisasi perusahaan adalah lemahnya komunikasi antara atasan dan bawahan. Padahal, komunikasi memiliki peran vital sebagai sarana utama yang memungkinkan seluruh anggota organisasi bekerja sama dalam menjalankan fungsi manajemen. Sekalipun struktur organisasi telah dirancang dengan perencanaan yang matang, jika aspek komunikasi diabaikan, hal ini dapat berdampak negatif terhadap efektivitas manajemen dan menghambat terciptanya lingkungan kerja yang kondusif.

Oleh sebab itu peranan komunikasi antara atasan dan bawahan disini sangat penting sehingga mencapai keberhasilan yang sesuai dengan tujuan bersama. Komunikasi harus berjalan dengan baik, karena dengan adanya komunikasi yang baik, maka kerjasama diantara mereka akan berjalan dengan baik pula sehingga tugas pokok dan instruksi kerja masing-masing pejabat akan berjalan dengan lancar

sesuai dengan aturan yang ada, selain itu juga hal tersebut akan mempengaruhi organisasi. Pada suatu organisasi membutuhkan komunikasi yang efektif (Susanto et al. 2022).

Salah satu indikator komunikasi organisasi yang baik ialah adanya kesenangan, yang bermakna bahwa keberhasilan komunikasi didasari oleh suasana yang menyenangkan diantara pelaku interaksi. Untuk itu, maka hubungan secara personal harus dijaga agar tetap harmonis. Organisasi tentunya memiliki karyawan dengan karakter yang berbeda-beda, perbedaan ini bukan menjadi suatu masalah melainkan harus diselaraskan. Penyelarasan dapat dilakukan melalui penyelenggaraan kegiatan dalam rangka menjalin kebersamaan antar karyawan dan pimpinannya (Islami et al., 2021).

Komunikasi organisasi di divisi digital *agency* PT. Everidea Interaktif Nusantara hingga saat ini masih tergolong kurang efektif. Hal ini tercemin dari banyaknya miskomunikasi yang terjadi antara pimpinan dan karyawan, baik dalam penyampaian informasi, pemahaman intruksi, maupun dalam proses pelaksanaan tugas. Ketidakefektifan komunikasi tersebut menyebabkan munculnya kesalahpahaman yang berdampak pada ketidakselarasan antara apa yang diintruksikan oleh pimpinan dan apa yang dipahami serta dilaksanakan oleh karyawan. Situasi ini tentunya berpotensi menghambat kelancaran operasional perusahaan, menurunkan produktivitas kerja, serta mengurangi efektifitas pencapaian tujuan organisasi. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya serius untuk memperbaiki pola komunikasi internal, dengan membangun komunikasi yang lebih terbuka, dua arah, dan didukung dengan media komunikasi yang efektif, sehingga

intruksi dari pimpinan dapat diterima dengan baik sehingga diimplementasikan dengan benar oleh seluruh karyawan.

Komunikasi organisasi tidak hanya terjadi antara karyawan tetapi juga antara bagian dalam struktur organisasi baik secara horizontal maupun secara vertikal. Secara vertikal komunikasi organisasi terjadi antara pimpinan dan bawahannya. Secara vertikal. Komunikasi yang terjalin lebih banyak untuk memberikan intruksi ataupun mensosialisasi eputusan terkait karyawan. Misalnya Ketika pimpinan memberikan intruksi karyawannya agar selalu datang dan pulang tepat waktu.

Dalam lingkungan kerja, peran atasan nggak cuma sebatas memberi instruksi atau membagi tugas kepada bawahannya. Seorang pemimpin juga perlu terbuka terhadap ide, pendapat, maupun keluhan dari timnya. Lebih dari itu, atasan juga sebaiknya aktif membantu mencari solusi dari setiap permasalahan yang muncul dalam pekerjaan. Sikap seperti ini akan membantu menciptakan komunikasi yang lebih sehat, terbuka, dan saling menghargai, yang pada akhirnya mendukung terciptanya hubungan kerja yang harmonis dan efektif.

Selain aspek komunikasi dalam organisasi, motivasi juga merupakan faktor penting yang mendorong seseorang untuk menjalankan tugasnya demi mencapai hasil yang optimal. Tidak mengherankan jika karyawan dengan tingkat motivasi kerja yang tinggi cenderung menunjukkan kinerja yang lebih baik. Oleh karena itu, penting untuk membangkitkan semangat kerja karyawan agar mereka mampu memberikan performa terbaik dalam menjalankan tanggung jawabnya. (Ernika et al., 2016).

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan penulis, terdapat beberapa masalah yang ditemukan, seperti arus komunikasi yang masih kurang efektif. Pesan yang disampaikan antara atasan dan bawahan, maupun antara sesama bawahan, sering kali disalah artikan. Masalah ini diduga timbul karena komunikasi yang terjadi di lingkungan divisi digital *agency* PT. Everidea Interaktif Nusantara belum berjalan dengan baik.

Dari Penjelasan sebelumnya, jelas bahwa hal ini bisa berdampak pada kinerja dan berpotensi merugikan organisasi atau lembaga. Jika masalah ini terus berlangsung, bisa jadi tujuan yang ingin dicapai oleh pimpinan tidak akan tercapai. Untuk mengatasi karyawan yang tidak bekerja secara maksimal, penting untuk memberikan motivasi yang bisa mendorong mereka agar lebih produktif. Melihat hal tersebut, peneliti menyadari bahwa komunikasi yang efektif dalam suatu organisasi sangat penting untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, pimpinan perlu menyampaikan informasi yang jelas dan tepat kepada karyawan untuk mengembalikan semangat dan produktivitas kerja mereka.

Fokus utama dalam penelitian ini adalah menganalisis komunikasi organisasi dalam menguatkan kinerja karyawan, dengan menitikberatkan pada fenomena miskomunikasi yang terjadi di divisi digital *agency* PT Everidea Interaktif Nusantara, khususnya antara *Project Manager* dan *Social Media Officer* yang menjadi pusat dari struktur koordinasi. Peneliti menemukan fenomena yang sering terjadi ialah brief campaign yang disampaikan oleh project manager kepada tim social media terkadang berbeda persepsi, atau tidak tersampaikan secara sepenuhnya. antara pimpinan dan karyawan di divisi digital *agency* PT. Everidea

Interaktif Nusantara, yang menyebabkan salah pemahaman terhadap instruksi, implementasi tugas dan penurunan kinerja. Fenomena ini menjadi penting karena miskomunikasi yang muncul tidak hanya berdampak pada efektivitas kerja individu, tetapi juga berpengaruh pada keseluruhan kinerja tim dalam menjalankan *campaign* dan alur kinerja perusahaan. Dalam beberapa kasus, terjadi ketidaksesuaian dalam interpretasi instruksi kerja, kurangnya kejelasan ekspektasi, hingga keterlambatan dalam penyampaian informasi yang menyebabkan terhambatnya alur kerja dan pencapaian target. Fenomena miskomunikasi ini menjadi salah satu titik berat dalam penelitian, selain mengkaji secara umum pola komunikasi antara atasan dan karyawan di lingkungan divisi digital *agency* PT Everidea Interaktif Nusantara.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana pola komunikasi dibangun antara *Project Manager* (PM) dan *Social Media Officer* (SMO), termasuk bentuk komunikasi yang digunakan (verbal, nonverbal, formal, informal, atas kebawah, bawah ke atas), frekuensi, serta kejelasan pesan yang disampaikan. Selain itu, penelitian ini juga akan mengidentifikasi hambatan-hambatan komunikasi yang muncul, serta menelusuri apakah perusahaan telah melakukan langkah atau strategi tertentu dalam mengatasi masalah tersebut. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan model komunikasi organisasi yang lebih efektif untuk meningkatkan koordinasi kerja dan memperkuat kinerja perusahaan secara menyeluruh.

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena miskomunikasi yang

terjadi salah pemahaman antara *Project Manager* (PM) sebagai pimpinan dan *Social Media Officer* (SMO) sebagai karyawan di divisi digital *agency* PT Everidea Interaktif Nusantara. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan mudah dimengerti terhadap komunikasi organisasi dalam konteks nyata di lingkungan kerja. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci, observasi terhadap interaksi komunikasi di tempat kerja, serta dokumentasi terkait struktur dan alur komunikasi perusahaan. Untuk memastikan keabsahan data, peneliti akan menggunakan teknik analisis triangulasi, yaitu dengan membandingkan dan mengonfirmasi data dari berbagai sumber untuk mendapatkan hasil yang lebih valid dan objektif.

Melihat urgensi permasalahan yang ada, diperlukan sebuah penelitian yang mampu menggali berbagai aspek tersebut secara mendalam melalui pendekatan Studi Kasus. Oleh karena itu, penelitian ini dirancang dengan judul:

“Analisis Komunikasi Organisasi Dalam Menguatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Di Divisi Digital Agency PT. Everidea Interaktif Nusantara)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada bagian sebelumnya, maka didapat sebuah perumusan masalah yang akan diteliti, yakni menganalisis komunikasi organisasi antara pimpinan dan karyawan serta bagaimana fenomena miskomunikasi yang terjadi di divisi digital *agency* PT. Everidea Interaktif Nusantara.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan pada bagian sebelumnya, maka terdapat beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana komunikasi organisasi di divisi digital *agency* PT. Everidea Interaktif Nusantara?
2. Bagaimana strategi *Project Manager* dan *Social Media Officer* dalam mengatasi miskomunikasi?
3. Apa hambatan komunikasi antara *Project Manager* dan *Social Media Officer*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, diantaranya yaitu :

1. Ingin mengetahui pola komunikasi organisasi di divisi digital *agency* PT. Everidea Interaktif Nusantara.
2. Ingin mengetahui strategi yang sudah dilakukan dalam mengatasi miskomunikasi.
3. Ingin mengetahui hambatan yang dihadapi dalam komunikasi organisasi.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teori, penelitian ini diharapkan bisa memberikan tambahan referensi atau wawasan baru mengenai konsep komunikasi organisasi,

terutama yang berkaitan dengan peran komunikasi dalam meningkatkan kinerja karyawan di lingkungan kerja.

2. Manfaat Secara Akademis

Secara akademik, hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan bagi mahasiswa maupun civitas akademika, serta dapat dijadikan sebagai salah satu bahan referensi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Sangga Buana YPKP.

3. Manfaat Secara Praktis

Secara Praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan bagi divisi digital *agency* PT. Everidea Interaktif Nusantara dalam membuat kebijakan yang mendukung peningkatan kinerja karyawan, khususnya, melalui perbaikan pola komunikasi organisasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Gambaran umum pada laporan usulan penelitian ini akan diuraikan dalam sistematika penulisan yang mengacu pada pedoman penulisan laporan penelitian sebagai berikut:

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini merujuk pada pedoman penulisan yang telah ditetapkan oleh akademik terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan, sampai Lokasi dan waktu penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dibahas beberapa teori yang relevan dengan topik penelitian ini, di antaranya adalah Teori Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Kinerja, Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdiri dari butiran pendekatan penelitian, subjek dan objek penelitian, informan kunci, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

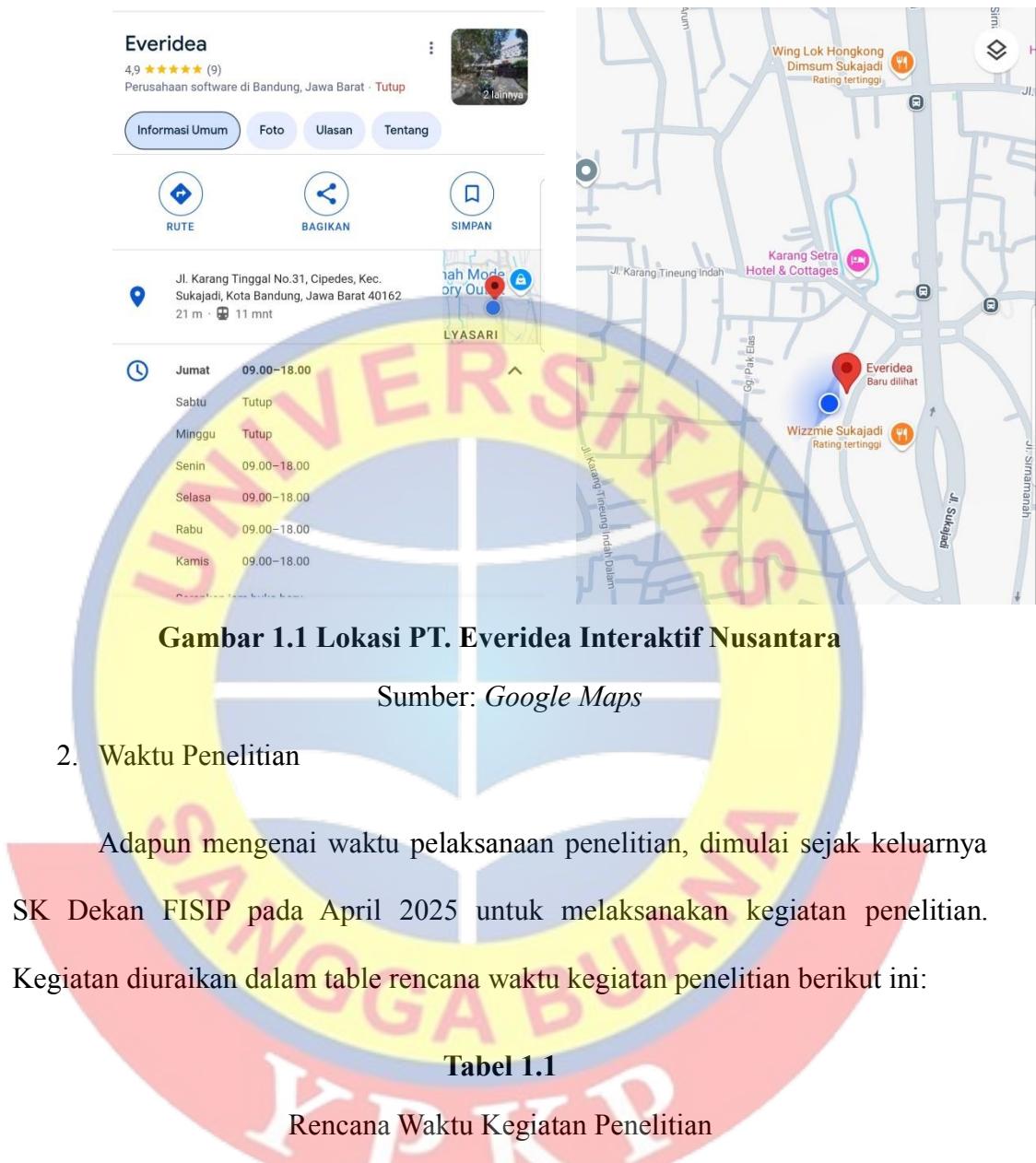
5. BAB V PENUTUP

Pada bab ini terdiri dari simpulan dan rekomendasi.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor PT. Everidea Interaktif Nusantara Bandung yang beralamat di Jalan. Karang Tinggal No. 31, Kelurahan Cipedes, Kecamatan Sukajadi, Kota Bandung, Jawa Barat 40162.



Gambar 1.1 Lokasi PT. Everidea Interaktif Nusantara

Sumber: *Google Maps*

2. Waktu Penelitian

Adapun mengenai waktu pelaksanaan penelitian, dimulai sejak keluarnya SK Dekan FISIP pada April 2025 untuk melaksanakan kegiatan penelitian. Kegiatan diuraikan dalam table rencana waktu kegiatan penelitian berikut ini:

Tabel 1.1

Rencana Waktu Kegiatan Penelitian

No	Uraian Kegiatan	Rencana Jadwal Kegiatan				
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Pra Penelitian					
	A. Penentuan Judul dan Topik Penelitian					
	B. Observasi Objek Penelitian					

No	Uraian Kegiatan	Rencana Jadwal Kegiatan				
		April	Mei	Juni	Juli	Agustus
	C. Penyusunan Proposal Penelitian					
2	Pelaksanaan Penelitian					
	A. Pengumpulan Data (wawancara & observasi lapangan)					
	B. Pengolahan Data					
3	Penyusunan Laporan Akhir					
	A. Penyusunan Data					
	B. Analisa Data					
	C. Penarikan Kesimpulan dan Penyajian Laporan					

Sumber : Data Hasil Olahan Peneliti (2025)

