

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh setiap umat manusia. Manusia tidak dapat terlepas dari komunikasi, karena dengan melakukan komunikasi mereka dapat berinteraksi dan saling bertukar pesan antara satu dengan yang lainnya, dan untuk kemudian menghasilkan *feedback*. Dalam berkomunikasi, setiap manusia juga tentunya memiliki tujuan yang berbeda-beda, selain itu persepsi yang mereka terima juga berbeda dari setiap pesan yang diterimanya.

Berdasarkan sifatnya terdapat 2 macam komunikasi, yaitu komunikasi *face to face* atau tatap muka dan komunikasi bermedia. Komunikasi *face to face* merupakan komunikasi yang dilakukan secara langsung dan berhadapan saat komunikator dan komunikan bertemu dan tanpa menggunakan media apapun. Sedangkan komunikasi bermedia merupakan komunikasi yang memanfaatkan teknologi sebagai sarana berkomunikasi. Teknologi yang digunakan yaitu berupa media cetak maupun media elektronik (Suharsono dan Dwiantara, 2013:32-33).

Komunikasi sebenarnya bukan hanya ilmu pengetahuan, tapi juga seni bergaul. Agar kita dapat berkomunikasi efektif, kita dituntut tidak hanya memahami prosesnya, tapi juga mampu menerapkan pengetahuan kita secara kreatif (Kincaid, dan Scrhamm, 1977:2) dalam (Mulyana, 2005:viii). Komunikasi yang efektif adalah komunikasi dalam mana makna yang distimulasikan serupa atau sama dengan yang dimaksudkan komunikator –pendeknya , komunikasi efektif adalah makna bersama (Verderber, 1978:7) dalam (Mulyana, 2005:viii). Komunikasi memiliki berbagai macam jenis antara lain: komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi dan komunikasi massa. Namun

yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah jenis komunikasi organisasi.

Sebuah organisasi membutuhkan proses komunikasi antar anggota organisasi agar dapat menghasilkan persamaan persepsi dan komunikasi yang efektif didalam organisasi tersebut. Begitupun dalam menjalani kehidupannya, manusia sebagai makhluk sosial juga membutuhkan interaksi dengan orang lain, oleh karena itu mereka biasanya masuk ke dalam sebuah organisasi yang didalamnya mereka dapat saling berkomunikasi dan berinteraksi untuk dapat mencapai tujuan bersama dalam organisasi tersebut. Dalam sebuah organisasi, komunikasi juga merupakan hal yang sangat *vital* yang harus selalu dilakukan oleh setiap anggota organisasi. Segala sesuatu yang ada didalamnya haruslah dikomunikasikan secara transparan kepada setiap anggota organisasi.

Komunikasi yang dilakukan dalam sebuah organisasi juga menggunakan kedua sifat tersebut, yaitu komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia. Komunikasi tatap muka yang dilakukan dalam sebuah organisasi biasanya dilakukan dalam kegiatan seperti rapat, wawancara dan seminar. Sedangkan untuk komunikasi bermedia yang dilakukan oleh organisasi biasanya dilakukan melalui telepon, *email*, *faximile* dan surat yang berhubungan dengan kegiatan organisasi. Untuk dapat menghasilkan sebuah *feedback* yang baik, tentunya komunikasi yang dilakukan haruslah berjalan efektif agar pesan yang dikirimkan hasilnya sesuai dengan pesan yang diterima. Karena jika komunikasi yang dilakukan tidak efektif yang bisa diakibatkan karena adanya *noise*, tentu saja *feedback* yang dihasilkan juga tidak akan sesuai.

Sebuah organisasi dapat berdiri dan berjalan dengan baik tentunya didukung pula oleh sumber daya manusia yang handal dan berpengalaman. Selain itu didalamnya juga terdapat sebuah keanekaragaman yang merupakan suatu hal yang wajar dalam sebuah organisasi, namun disamping itu hal tersebut juga mempengaruhi iklim komunikasi yang ada di suatu organisasi atau perusahaan. Iklim komunikasi organisasi tersebut tentunya menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja karyawan di dalam suatu perusahaan.

Iklm komunikasi sendiri menurut Denis (1975) dalam (Muhammad, 2011:86) adalah “kualitas pengalaman yang bersifat objektif mengenai lingkungan internal organisasi, yang mencakup persepsi anggota organisasi terhadap pesan dan hubungan pesan dengan kejadian yang terjadi di dalam organisasi.”

Iklm komunikasi, di pihak lain, merupakan gabungan dari persepsi-persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku komunikasi, perilaku manusia, respons pegawai terhadap pegawai lainnya, harapan-harapan, konflik interpersonal dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut (Pace dan Faules, 2006:147). Dalam hal ini iklim komunikasi tentunya memiliki kaitan dengan organisasi, karena iklim komunikasi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kehidupan organisasi. Jika iklim komunikasi didalam organisasi tersebut baik, maka suasana yang tercipta juga tentunya akan baik, begitupula sebaliknya.

Iklm komunikasi dalam sebuah organisasi merupakan hal yang sangat penting yang dapat menunjang jalannya organisasi, karena iklim komunikasi sebuah organisasi mempengaruhi cara hidup kita: kepada siapa kita bicara, siapa yang kita sukai, bagaimana perasaan kita, bagaimana kegiatan kerja kita, bagaimana perkembangan kita, apa yang ingin kita capai dan bagaimana cara kita menyesuaikan diri dengan organisasi (Pace dan Faules, 2006:148).

Seperti yang diungkapkan oleh Redding (1972:11) dalam (Pace dan Faules, 2001:148) yang menyatakan bahwa “iklim (komunikasi) organisasi jauh lebih penting daripada keterampilan atau teknik-teknik komunikasi semata-mata dalam menciptakan suatu organisasi yang efektif.” Menurut Poole (1985:79) dalam (Pace dan Faules, 2006:148), iklim komunikasi penting karena mengaitkan konteks organisasi dengan konsep-konsep, perasaan-perasaan dan harapan-harapan anggota organisasi dan membantu menjelaskan perilaku anggota organisasi. Dengan mengetahui sesuatu tentang iklim suatu organisasi, kita dapat memahami lebih baik apa yang mendorong anggota organisasi untuk bersikap dengan cara-cara tertentu.

Selain itu iklim komunikasi juga sangat penting karena dapat mempengaruhi kinerja karyawan di sebuah perusahaan. Dengan semakin baiknya iklim komunikasi, maka kinerja para karyawan juga tentunya akan semakin baik. Karena menurut Mangkunegara (2007:67), *kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya*. Oleh karena itu, sesuai dengan pengertian kinerja diatas, kinerja seorang pegawai dapat dikatakan baik jika pegawai tersebut dapat melakukan pekerjaannya sesuai dengan tanggung jawab yang telah diberikan kepadanya. Sehingga jika iklim komunikasi di perusahaan tersebut baik, tentu para karyawan tersebut akan dengan senang hati melakukan pekerjaannya. Dan jika telah begitu tentunya para karyawan juga akan memberikan kinerja terbaiknya terhadap pekerjaan yang telah diberikan kepadanya dan hasilnya tentu akan sangat baik jika dikerjakan dengan sepenuh hati.

Pada saat melakukan penelitiannya, peneliti juga mendapatkan informasi dari Ibu Maria Santy yang menjabat sebagai *Human Capital Development* Toserba X di Kota Bandung. Menurut beliau iklim komunikasi organisasi di Toserba X sendiri selama ini berjalan dengan baik, apalagi seperti diketahui bahwa di Toserba X memiliki struktur organisasi yang disetiap layernya memiliki hubungan yang cukup baik. Selain itu dalam budaya perusahaan Toserba X ini juga yang berbunyi “Maju dengan Karya Bersama” selalu ditanamkan dalam diri karyawan diharuskan memiliki hubungan dan komunikasi yang baik. Baik itu komunikasi ke atas, ke bawah maupun komunikasi horizontal. Hal tersebut dibuktikan dengan tidak pernah adanya demo yang dilakukan karyawan Toserba X. Karena pada saat training mereka diberikan pembekalan atau coaching yang didalamnya juga diberikan pelatihan bagaimana cara menyampaikan aspirasi secara baik dan benar, bagaimana cara mendelegasi dan lain sebagainya.

Disamping itu juga, menurut beliau setiap orang memiliki karaktersitik yang berbeda-beda. Karena meskipun para karyawan selalu diberikan *coaching*, terkadang ada saja beberapa atasan yang memiliki cara tertentu dalam

menghadapi bawahannya. Ada yang memang terlihat kesan memerintah, namun ada juga yang dengan cara yang halus. Tapi itu semua juga tergantung dari tipe kepemimpinan dan keterampilan para atasan itu masing-masing. Bahkan pesan yang disampaikan oleh atasannya kepada bawahan juga tentunya diterima dengan persepsi yang berbeda oleh masing-masing bawahan itu sendiri. Selain itu, hal tersebut juga tergantung karakteristik orangnya dan tentunya banyak faktor lain yang mempengaruhinya.

Di Toserba X sendiri menurut Ibu Santy selama ini tidak pernah ada konflik internal antar karyawan. Sehingga bisa dikatakan adanya kepuasan kerja karyawan di Toserba X ini. Apalagi bagi karyawan yang telah belasan atau bahkan puluhan tahun bekerja di Toserba X, mereka merasa bahwa iklim komunikasi di Toserba X ini memang baik dikarenakan suasana pekerjaan yang *friendly* dan kekeluargaan. Namun memang tidak menutup kemungkinan ada saja beberapa karyawan yang *resign*, tapi hal tersebut juga dikarenakan mereka ingin mendapatkan posisi atau jabatan kerja yang lebih baik, ada juga yang ingin menjadi seorang wirausahawan dan bagi wanita dikarenakan tuntutan sebagai ibu rumah tangga.

Seperti yang dikemukakan oleh (Yani, 2011:33) dalam bukunya *Manajemen Sumber Daya Manusia*, karyawan yang tidak puas akan memberi empat jenis tanggapan yang dinilai atas dasar dimensi konstruktif-diskonstruktif dan aktif-pasif, yang salah satunya adalah tanggapan pertama disebut keluar (*exit*), tingkah laku karyawan diarahkan untuk meninggalkan organisasi, termasuk mencari posisi baru dan berhenti bekerja. Begitupula dengan di Toserba X sendiri, biasanya ada saja staff-staff baru yang memilih untuk *resign* dikarenakan tidak kuat dengan jam kerja berbentuk *shift*. Tapi diluar daripada itu beberapa hal diatas tadi yang menjadi alasan para karyawan keluar dari Toserba X. Dibawah ini merupakan tabel yang menunjukkan jumlah karyawan yang keluar dari Toserba X :

Tabel 1.1
Jumlah Karyawan Toserba X yang Keluar

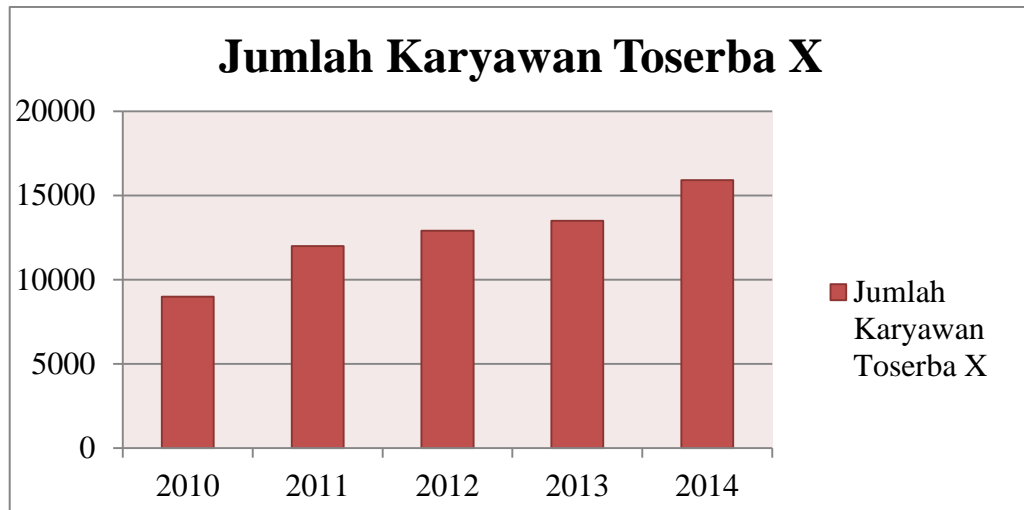
2009	2010	2011	2012	2013	2014
25 orang	20 orang	58 orang	40 orang	50 orang	32 orang

Sumber : Bagian Adm. Personalia Toserba X Tahun 2014

Tapi menurut Ibu Santy di Toserba X sendiri dari tahun ke tahunnya, jumlah pelamar terus mengalami peningkatan, hal tersebut tentunya dipengaruhi oleh reputasi Toserba X yang baik di mata masyarakat, selain itu cabang-cabang Toserba X juga yang terus berkembang. Namun jumlah calon karyawan yang diterima juga disesuaikan dengan kebutuhan tenaga kerja di Toserba X, dikarenakan hal tersebut juga dapat mempengaruhi efektivitas dari karyawan itu sendiri.

Dan menurut penulis sendiri, hal tersebut tentu saja ada kaitannya dengan iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja karyawan tersebut nantinya di Toserba X ini. Karena ketika para karyawan tersebut mulai bekerja, mereka akan mulai merasakan seperti apa iklim komunikasi organisasi di Toserba X ini dan pada akhirnya tentu saja mereka sendiri yang akan merasakan kepuasan kerja itu sendiri. Peningkatan Jumlah Karyawan Toseba X dari Tahun 2010-2014 dapat dilihat pada diagram dibawah ini :

Gambar 1.1 :
Jumlah Karyawan Toserba X



Sumber : Bagian Human Capital Development Toserba X Tahun 2014

Dari diagram diatas dapat terlihat terjadi peningkatan yang cukup signifikan karyawan Toserba X setiap tahunnya, khususnya dalam diagram tersebut pada 5 tahun kebelakang.

Disamping itu, pernyataan dari Ibu Maria Santy juga diperkuat oleh pernyataan dari Bapak Gideon selaku *Store Manager* di Toserba X yang mengungkapkan bahwa konflik di Toserba X memang selalu ada, hal tersebut bisa diakibatkan salah satunya oleh kebijakan yang ada, dimana ada kebijakan baru disitu juga ada konflik baru, namun tentunya konflik tersebut juga bisa dapat diatasi sehingga tidak sampai memunculkan permasalahan. Selain itu di Toserba X ini juga setiap pemimpin tentunya menggunakan gaya kepemimpinan yang berbeda, sehingga dalam mengatasi konflik tersebut mereka juga menggunakan cara yang berbeda. Dan untuk iklim komunikasi organisasi di Toserba X sendiri dapat dikatakan sudah baik, karena didalam Toserba X antar karyawannya ditanamkan jiwa harus saling memotivasi, saling support dan pengertian. Komunikasi yang terjalinpun lebih bersifat informal, agar para karyawan dapat menyampaikan pendapat atau aspirasi mereka tanpu harus merasa canggung atau kaku kepada atasan mereka. Begitupula dengan kepuasan kerja di Toserba X secara keseluruhan dapat

dikatakan sudah baik, meskipun kepuasan kerja sebenarnya tergantung dari orangnya masing-masing. Hal tersebut dapat dilihat ketika mereka bekerja dalam keadaan senang, dengan begitu tentunya mereka merasa puas. Sehingga efeknya suasana dengan konsumen juga menjadi lebih menyenangkan dan konsumen juga menjadi puas.

Seperti yang diungkapkan oleh beberapa peneliti dalam (Yani, 2011:32) ditemukan bahwa :

“Dampak kepuasan kerja lebih banyak pada produktivitas karyawan, tingkat absensi karyawan, dan tingkat pergantian karyawan. Hubungan antara kepuasan dengan kinerja secara singkat dikatakan, “karyawan yang bahagia adalah karyawan yang produktif”, karyawan merasa lebih puas dengan pekerjaannya maka akan melaksanakan tugas pada tingkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan karyawan yang kurang puas.”

Dibawah ini merupakan rekapitulasi absen karyawan Toserba X selama bulan Juli, Agustus dan September 2014 :

Tabel 1.2
Absen Karyawan Toserba X

	Sakit	Izin	Alfa
Juli	36 Orang	19 Orang	5 Orang
Agustus	64 Orang	79 Orang	10 Orang
September	54 Orang	88 Orang	0 Orang

Sumber : Bagian Adm. Personalia Toserba X Tahun 2014

Dari tabel diatas dapat terlihat bahwa jumlah karyawan yang mangkir atau absen tanpa keterangan yang jelas, jumlahnya lebih sedikit jika dibandingkan dengan jumlah karyawan yang sakit atau izin. Hal tersebut berarti kepuasan

karyawan di Toserba ini bisa dikatakan cukup baik, dikarenakan jumlah karyawan yang mangkir hanya beberapa orang saja dalam setiap bulannya. Bahkan pada bulan September karyawan yang mangkir atau alfa berjumlah 0 orang atau bisa dikatakan tidak ada karyawan yang mangkir dari pekerjaannya pada bulan September.

Oleh karena itu antara iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja karyawan dalam sebuah organisasi memiliki kaitan yang erat, yaitu jika iklim komunikasi organisasi tersebut positif maka akan meningkatkan kepuasan kerja karyawan, begitupula sebaliknya jika iklim komunikasi organisasi tersebut negatif, maka akan menurunkan kepuasan kerja karyawan.

Begitupula dengan iklim komunikasi organisasi di Toserba X di Kota Bandung, dalam perusahaan tersebut juga iklim komunikasi yang ada didalamnya sangat mempengaruhi kepuasan kerja karyawannya. Sebagian dari mereka para karyawan merasakan kepuasan dalam bekerja di perusahaan tersebut, namun ada pula yang merasa iklim dalam perusahaan tersebut kurang cocok dengan mereka sehingga menimbulkan ketidakpuasan mereka dalam bekerja.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Toserba X di Kota Bandung*. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh iklim komunikasi organisasi dengan kepuasan kerja karyawan di Toserba X di Kota Bandung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka rumusan masalah yang akan dibahas peneliti adalah :

1. Bagaimana iklim komunikasi organisasi di Toserba X di Kota Bandung?
2. Bagaimana kepuasan kerja karyawan di Toserba X di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan Toserba X di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui iklim komunikasi organisasi di Toserba X di Kota Bandung
2. Mengetahui kepuasan kerja karyawan Toserba X di Kota Bandung
3. Mengetahui pengaruh iklim komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja karyawan Toserba X di Kota Bandung

1.4 Kegunaan Penelitian

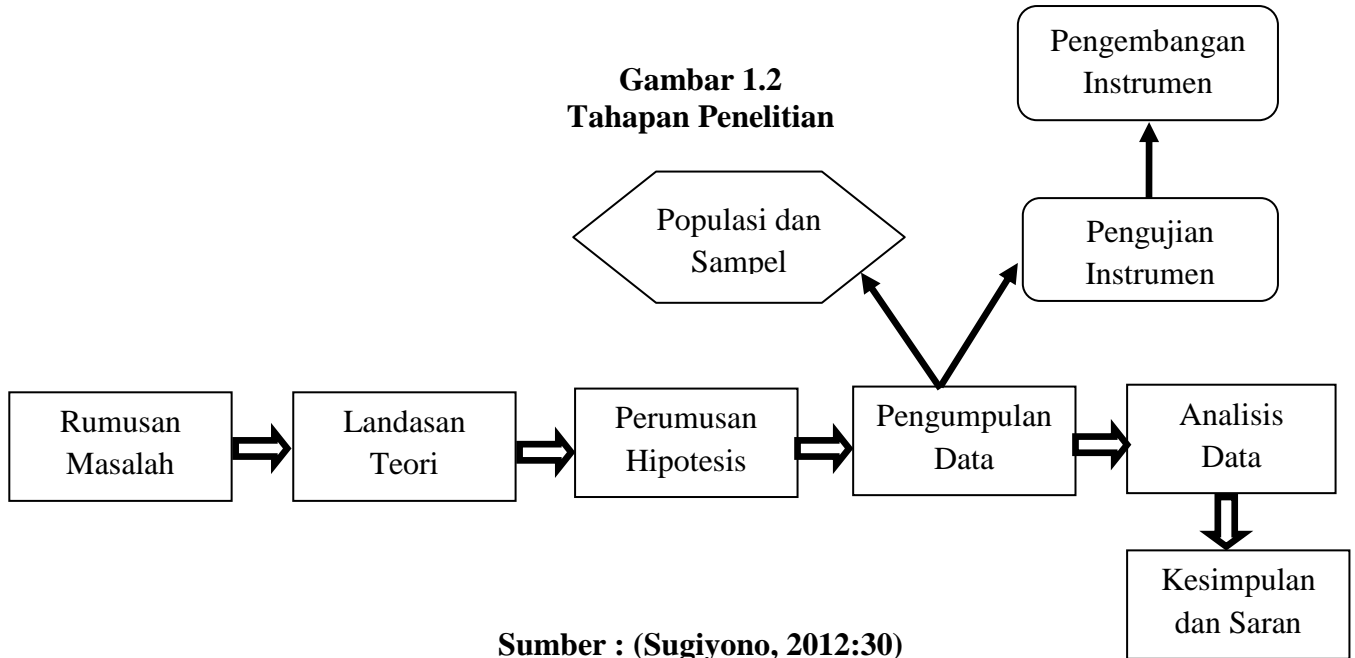
1.4.1 Aspek Teoretis (Keilmuan)

Adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan mengenai pengaruh iklim komunikasi organisasi di suatu perusahaan terhadap kepuasan kerja karyawannya.

1.4.2 Aspek Praktis (Guna Laksana)

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan, sumber referensi oleh mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis.
2. Pihak perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan evaluasi terhadap iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja karyawan yang ada di perusahaannya.

1.5 Tahapan Penelitian



1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Toserba X di Kota Bandung” ini memiliki rincian waktu penelitian sebagai berikut:

Lokasi : Toserba X, Kota Bandung

Waktu penelitian : Tahun 2011

Tabel 1.3
Waktu Penelitian

Kegiatan/Bulan	September	Oktober	November	Desember	Januari
Konsultasi judul dan draft proposal	■				
Pengerjaan Bab 1 – Bab 3	■	■	■		
Pengumpulan Data		■	■		
Pembuatan Instrumen Penelitian			■		
Sidang Seminar Proposal Skripsi				■	
Penyebaran Kuesioner				■	
Pengerjaan Bab 4 – Bab 5				■	■
Sidang Skripsi					■

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini , maka sistematika penulisan penelitian ini disusun ke dalam 5 bab, yang terdiri dari:

BAB I : Pendahuluan

Bab pertama ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian baik secara teoritis maupun praktis, tahapan penelitian, waktu dan lokasi penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab kedua ini berisi tentang penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian penulis, kerangka teori yang digunakan penulis sebagai acuan penelitian, hipotesis penelitian dan kerangka berpikir dalam penelitian ini.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ketiga berisi tentang paradigma penelitian, metode penelitian yang digunakan, objek penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan realibilitas, dan teknik analisis data dalam penelitian ini.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab keempat berisi tentang hasil penelitian beserta pembahasannya.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab kelima berisi tentang kesimpulan hasil penelitian dan saran bagi institusi maupun perusahaan serta saran untuk penelitian selanjutnya.