

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Kemajuan teknologi yang bergerak dalam bidang telekomunikasi saat ini sudah menjadi salah satu bagian dari dunia modern, sehingga memberikan perubahan yang sangat pesat yang tidak dapat dicegah oleh pihak manapun yang merupakan sifat dari kemajuan teknologi telekomunikasi. Dalam kemajuan teknologi ini memberikan dampak terhadap berbagai lapisan masyarakat, sehingga memaksa perusahaan agar mampu bersaing dalam menghadapi perubahan untuk tetap bertahan dan unggul.

PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) merupakan salah satu perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) besar di Indonesia. Selain itu, perusahaan Telkom juga merupakan perusahaan informasi, komunikasi, penyedia jasa, dan jaringan telekomunikasi khususnya di wilayah Indonesia yang menyediakan layanan serta jaringan terbesar di Indonesia dengan melayani lebih dari 151,9 juta pelanggan yang diantaranya seluler (Telkomsel) lebih dari 125 juta pelanggan dan pelanggan tetap 25,8 juta. Perusahaan Telkom juga hampir menguasai lebih dari 60% pangsa pasar *broadband* di Indonesia yang hampir menggapai lebih dari 19 juta pelanggan dan bisnis yang dijalani oleh perusahaan Telkom sendiri diantaranya layanan data internet serta teknologi informasi yang dimana berkontribusi 35% pada jumlah pendapatan perusahaan dengan kapasitas internet di Indonesia yang termasuk bagian terbesar yang dimana sudah lebih dari 106,4 Gbps. Perusahaan Telkom agar menetapkan ketersediaan kapasitas internet agar dapat berjaga-jaga dengan cara mengatasi pertumbuhan *broadband* yang tinggi baik *fixed broadband* ataupun *mobile broadband*. (sumber:<http://telkom.co.id/bisnis-kami-adalah-t-i-m-e-s.html>.)

1.1.2 Logo dan Tagline Perusahaan

Berikut merupakan logo dari perusahaan PT Telkom Indonesia :



Gambar 1.1 Logo PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

(Sumber: Arsip Perusahaan 2019)

1.1.2.1 Filosofi Warna:

Berikut merupakan filosofi warna dari logo perusahaan PT Telkom Indonesia :

- a. **Merah** artinya berani, cinta, energi, ulet yang mencerminkan spirit Telkom untuk selalu optimis dan berani dalam menghadapi tantangan dan perusahaan.
- b. **Putih** artinya suci, damai, cahaya, bersatu yang mencerminkan spirit Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa.
- c. **Hitam** artinya warna dasar yang melambangkan kemauan keras.
- d. **Abu** artinya warna transisi yang melambangkan teknologi.

1.1.2.2 Filosofi Bentuk:

Berikut merupakan filosofi bentuk dari logo perusahaan PT Telkom Indonesia :

- a. **Expertise** : gambar lingkaran sebagai kelengkapan produk dan layanan dalam portofolio bisnis baru TELKOM yaitu TIME (Telecommunication, Information, Media & Edutainment)
- b. **Empowering** : gambar tangan yang meraih ke luar yang mencerminkan pertumbuhan serta ekspansi ke luar
- c. **Assured** : gambar jari tangan yang artinya memaknai sebuah kecermatan, perhatian, serta kepercayaan dan hubungan yang erat.
- d. **Progressive** : gambar kombinasi tangan dan lingkaran sebagai matahari terbit yang maknanya merupakan perubahan dan awal yang baru
- e. **Heart** : gambar telapak tangan yang mencerminkan kehidupan untuk menggapai masa depan

Tagline PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

“The World In Your Hand”

Tagline *The World In Your Hand* Telkom dengan *Life Confident* ditakdirkan untuk mengubah “beban dunia” yang merasa dibebani dengan mempermudah orang untuk memahaminya, belajar, dan memiliki suara didalamnya. Sehingga memungkinkan orang untuk berbuat lebih banyak, dan memberikan dunia ke tangan mereka. Sebuah pesan sederhana kepada orang-orang, bahwa dunia adalah milik mereka. Dengan tagline *The World In Your Hand* yang diharapkan perusahaan Telkom dapat memberikan sebuah pengalaman baru yang berbeda dari sebelumnya kepada stakeholders. Pengalaman baru tersebut adalah layanan yang lebih baik dari 15 operator manapun yang pernah mereka kenal dan rasakan, serta layanan yang akan membangkitkan sebuah pengalaman yang benar-benar baru.

(Sumber: Arsip Perusahaan 2019)

1.1.3 Visi Misi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Berikut merupakan visi dan misi dari perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk sebagai berikut :

a. Visi PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Menjadi Perusahaan yang unggul dalam penyelenggaraan *Telecommunication, Information, Media, Edutainment* dan *Service* “TIMES” di kawasan regional.

b. Misi PT Telekomunikasi, Tbk

1. Menyediakan layanan “TIMES” yang berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif.
2. Menjadi model pengelolaan korporasi terbaik di Indonesia.

(Sumber : Arsip Perusahaan)

Dalam Visi dan Misi yang ditetapkan berdasarkan oleh keputusan Komisaris PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk No.09/KEP/DK/2012 pada tanggal 30 Mei 2012, yaitu sebagai berikut :

Corporate Culture : The New Telkom Way

Basic Belief : Always The Best

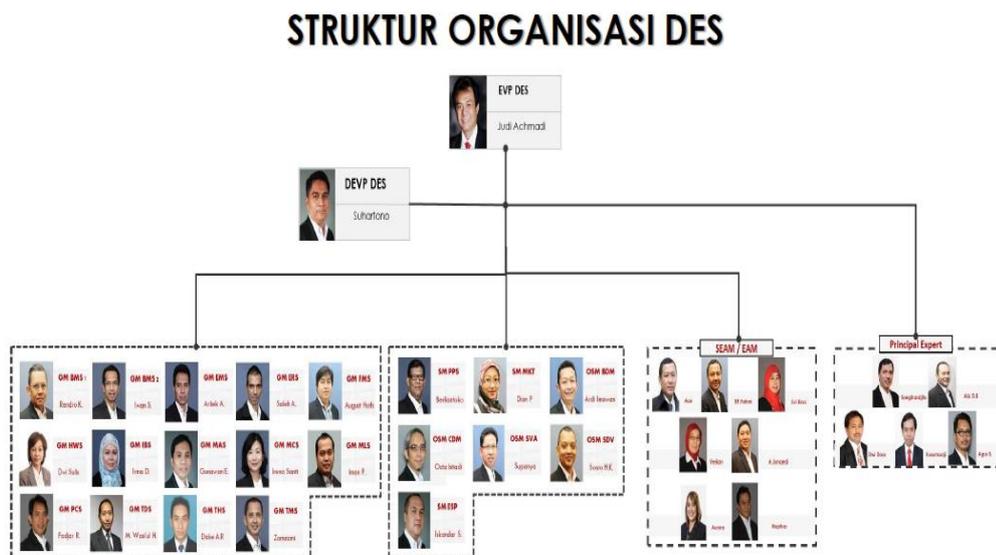
Core Values : Solid, Speed, Smart

Key Behaviors : Imagine, Focus, Action

(Sumber : Arsip perusahaan 2019)

1.1.4 Divisi Enterprise Service PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) merupakan perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia dan memiliki divisi atau bagian yang bergerak sesuai dengan bidangnya atau mempunyai target sendiri. Peneliti ingin meneliti pada Divisi *Enterprise Service* (DES) yang merupakan salah satu divisi yang ada di perusahaan Telkom. Ia mempunyai tugas sebagai memberikan kebutuhan pelayanan pelanggan telkom bagi perusahaan-perusahaan besar diantaranya perbankan, transportasi, pendidikan, pariwisata dan segmen industri lainnya yang memiliki jumlah 1.453 Corporate Customer. Divisi *Enterprise Service* ini berlokasi di Gedung Menara Multimedia Jalan Kebon Sirih no 10-12, Jakarta Pusat. Berikut merupakan struktur organisasi Divisi Enterprise Service.



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Perusahaan

(Sumber : Arsip Perusahaan 2019)

1.2 Latar Belakang

Pada perkembangan kehidupan manusia saat ini tidak lepas dari sebuah proses komunikasi. Dalam komunikasi yang dilakukan manusia terdapat berbagai cara yang berbeda-beda untuk mencapai suatu tujuan dan kepuasan yang ingin dicapainya. Dengan adanya komunikasi dapat membantu kehidupan manusia dalam bertukar pesan antar satu dengan yang lainnya untuk menghasilkan feedback yang baik dan membantu berinteraksi sosial dengan orang di sekitarnya.

Komunikasi memiliki dua sifat yaitu komunikasi *face to face* atau tatap muka dan komunikasi bermedia. Komunikasi *face to face* adalah komunikasi yang dilakukan dengan langsung atau berketemu tanpa menggunakan media apapun. Sedangkan, komunikasi bermedia adalah komunikasi yang memanfaatkan suatu teknologi sebagai sarana dalam berkomunikasi. Teknologi yang digunakan yaitu berupa media cetak maupun media elektronik (Suharsono dan Dwiantara, 2013:32-33).

Selain, Komunikasi penting untuk kehidupan sehari-hari. Komunikasi juga merupakan hal penting dalam berorganisasi. Komunikasi juga sangat penting untuk kemajuan organisasi, karena suatu organisasi dapat dikatakan sukses apabila hubungan antar internalnya berjalan secara harmonis. Jika tidak adanya komunikasi maka koordinasi akan terganggu dan akan mengakibatkan ketidakharmonisan yang mengganggu proses pencapaian target dan tujuan organisasi.

Suatu organisasi dapat berdiri dan berjalan dengan baik tentu didukung oleh sumber daya manusia yang handal dan berpengalaman. Didalam organisasi tersebut juga terdapat sebuah keanekaragaman yang merupakan suatu hal yang wajar dalam sebuah organisasi. Namun, disamping itu juga mempengaruhi iklim komunikasi yang ada di suatu organisasi perusahaan.

Menurut Dennis (1975) dalam (Muhammad Arni, 2011:86) mengatakan bahwa Iklim komunikasi merupakan kualitas pengalaman yang bersifat objektif mengenai lingkungan internal organisasi yang mencakup suatu persepsi anggota organisasi terhadap pesan dan hubungan pesan dengan kejadian yang terjadi di dalam organisasi.

Sedangkan, menurut (Pace dan Faules, 2006:147) mengemukakan bahwa Iklim komunikasi adalah gabungan dari persepsi-persepsi mengenai peristiwa komunikasi, perilaku komunikasi, perilaku manusia, respons karyawan terhadap karyawan lainnya, harapan-harapan, konflik antarpersonal, dan kesempatan bagi pertumbuhan dalam organisasi tersebut.

Suatu Iklim Komunikasi dalam organisasi perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk 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).

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 akan semakin baik. Karena menurut Mangkunegara (2007:67) “*kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan kepadanya*”.

Artinya kinerja karyawan dapat di katakan baik, jika karyawan dapat menyelesaikan pekerjaannya sesuai dengan tanggung jawab yang telah di berikan kepadanya. Sehingga, jika sebuah iklim komunikasi perusahaan tersebut berjalan dengan baik maka karyawan akan dengan senang hati melakukan pekerjaannya dan memberikan kinerja yang terbaik dalam pekerjaan dengan sepenuh hati.

Pada penelitian ini, peneliti memilih objek penelitian Divisi Enterprise Service karena pada divisi tersebut merupakan unit yang bertugas sebagai mensupport semua segment yang ada di perusahaan telkom untuk memberikan kebutuhan pelayanan pelanggan telkom bagi perusahaan-perusahaan besar dan BUMN.

Pada penelitian ini, peneliti memilih objek penelitian Divisi Enterprise Service karena pada divisi tersebut merupakan unit yang bertugas sebagai mensupport semua segment yang ada di perusahaan telkom untuk memberikan kebutuhan pelayanan pelanggan telkom bagi perusahaan-perusahaan besar dan BUMN.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada Bapak Purwanto yang menjabat sebagai *Manager Resources dan Budget Control Divisi Enterprise Service* PT Telkom Indonesia di Jakarta, mengatakan bahwa sangat mengutamakan komunikasi secara efektif dalam ruang lingkup karyawannya dengan berbagai upaya kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan iklim komunikasi yang baik seperti melakukan apel kegiatan kerja yang dilakukan secara rutin setiap seminggu sekali.

Kegiatan ini biasanya di lakukan pada pimpinan yang dihadiri oleh semua *staff, Account Manager, Manager, dan General Manager*. Pada apel kegiatan kerja ini

biasanya dilakukan sebelum melaksanakan kerja untuk menyampaikan informasi terbaru, lalu perwakilan dari setiap bagian mempresentasikan pencapaian target kepada pimpinan serta membandingkan pencapaian target dengan sebelumnya, dan permasalahan dalam pekerjaannya.

Adanya, apel kegiatan kerja dianggap sebagai media komunikasi yang efektif dan informatif untuk karyawan *Divisi Enterprise Service*. Lalu, pada *Divisi Enterprise Service* juga membantu dalam mengembangkan *skill* dan potensi karyawannya dengan cara menuntut setiap karyawan untuk menciptakan sesuatu yang inovatif dan kreatif.

Setiap tahunnya, divisi tersebut menuntut karyawannya terkhusus untuk karyawan muda dituntut untuk membuat suatu kegiatan yang inovatif dan kreatif. Salah satunya pada tahun 2019 kaum milenial atau karyawan muda membuat kegiatan yang bertemakan tentang “*Kidz Go To Office*” yang dimana pada kegiatan tersebut untuk memperkenalkan pekerjaan orang tuanya kepada anak-anaknya.

Selain itu, secara berkala karyawan yang bekerja di divisi tersebut juga di berikan kesempatan oleh perusahaan untuk melakukan pelatihan dalam mengembangkan *skill* dan potensinya. Pada pelatihan tersebut karyawan akan di berikan sertifikat dan akan di perhitungkan sebagai peningkatan kopetensinya yang dicatat pada bagian SDMnya.

Divisi Enterprise Service juga selalu memperingati hari-hari besar nasional, seperti setiap tahunnya seluruh karyawan memperingati hari kartini pada tanggal 21 April yang dimana seluruh karyawan diwajibkan memakai pakaian adat dan setiap tahunnya juga divisi tersebut mengadakan upacara bendera dalam memperingati HUT NKRI pada tanggal 17 Agustus yang dimana mewajibkan seluruh karyawan untuk mengikuti upacara bendera yang bertujuan untuk melestarikan budaya nasionalisme dalam bekerja.

Setelah mengadakan upacara bendera, seluruh karyawan juga memperingati 17 Agustus dengan mengadakan lomba-lomba, selain menumbuhkan rasa nasionalisme kegiatan ini juga menumbuhkan kekompakan karyawan *Divisi Enterprise Service*.

Pada *Divisi Enterprise Service* juga memiliki budaya kerja yang berbunyi “FU11TAST19” dimana budaya kerja tersebut selalu ditanamkan dalam diri karyawan yang diharuskan memiliki hubungan dan komunikasi yang baik. Baik itu komunikasi ke atas, ke bawah maupun komunikasi horizontal dan kias budaya kerja tersebut juga merupakan aspek yang paling penting untuk menunjang sebuah perusahaan agar

memiliki pedoman mau dibawa kemana perusahaan itu akan berjalan.

Budaya kerja DES (*Divisi Enterprise Service*) memiliki filosofi yang terkandung di dalamnya diantaranya kata FUN, artinya suasana kerja yang menyenangkan dan mengusung *youth spirit* di seluruh jajaran DES sehingga dapat bekerja secara maksimal serta dapat mengeluarkan ide-ide *disruptive*. ENTHUSIASM, artinya selalu antusias dan optimis dalam menangkap *opportunity* dan menghadapi setiap tantangan yang ada. INTEGRITY, artinya integritas dan komitmen untuk mewujudkan hasil terbaik yang *fantastic*.

Selain itu, warna dari budaya kerja DES (*Divisi Enterprise Service*) sendiri memiliki arti yang terkandung di dalamnya yaitu menunjukkan beragam solusi digital yang mampu *dideliver* kepada pelanggan (merefek pada logo Telkom Digital Solution). Oleh karena itu, dengan ditanamkan budaya kerja pada diri karyawan tersebut membuktikan bahwa tidak pernah adanya demo atau pun konflik secara pribadi oleh karyawan *Divisi Enterprise Service*.

Sehingga, dapat dikatakan adanya kepuasan kerja karyawan di *Divisi Enterprise Service*. Apalagi bagi karyawan yang telah belasan tahun atau bahkan puluhan tahun bekerja di *Divisi Enterprise Service* yang dimana mereka merasa bahwa iklim komunikasi di *Divisi Enterprise Service* ini memang baik dikarenakan suasana pekerjaannya yang *friendly*, kekeluargaan, lingkungan kerja yang nyaman, karyawan bangga dengan pekerjaannya, karyawan juga diberikan untuk mengeksplor kemampuannya, serta diberikan kesempatan berkarier yang lebih baik, dan karyawan yang bekerja pada divisi tersebut tidak di beda-bedakan antar atasan maupun bawahan dalam berkontribusi untuk memberikan pendapat

Pada *Divisi Enterprise Service* juga setiap berkala melakukan pengukuran survei kepuasan kerja karyawan yang dimana hasil survei kepuasan tersebut untuk mengetahui *feedback* yang didapat karyawan selama bekerja. Upaya dilakukan pengukuran survei kepuasan karyawan tersebut untuk mengurangi kesalahan informasi dan menerapkan alur komunikasi yang jelas antara atasan dan juga bawahan. Berikut hasil dari survei kepuasan kerja karyawan yang dilakukan Divisi Enterprise Service :

Kategori	Proporsi
Sangat Puas Sekali	17.6%
Sangat Puas	34.4%
Puas	35.9%
Biasa Saja	8.3%
Tidak Puas	2.7%
Sangat Tidak Puas	0.7%
Sangat Tidak Puas Sekali	0.5%

Gambar 1.3 : Tingkat Kepuasan Kerja Karyawan Tahun 2019

Sumber : Arsip Perusahaan 2019

Berdasarkan gambar 1.3 mendapatkan hasil kepuasan kerja karyawan Divisi Enterprise Service pada tahun 2019 sebanyak 17,6% karyawan dengan penilaian kategori “sangat puas sekali”, 34,4% karyawan dengan penilaian kategori “sangat puas”, 35,9% karyawan dengan penilaian kategori “puas”, 8,3% karyawan dengan penilaian kategori “biasa saja”, 2,7% karyawan dengan penilaian kategori “tidak puas” , 0,7% karyawan dengan penilaian kategori “sangat tidak puas”, dan 0,5% karyawan dengan penilaian kategori “sangat tidak puas sekali”. Sehingga, berdasarkan data di atas maka disimpulkan bahwa tingkat kepuasan kinerja karyawan Divisi Enterprise Service PT Telekomunikasi, Tbk dapat dikatakan baik.

Oleh karena itu, iklim komunikasi dan kepuasan kerja dalam suatu organisasi memiliki hubungan yang sangat erat. Karena, jika iklim komunikasi yang dibangun dalam suatu organisasi tersebut positif maka dapat meningkatkan kepuasan kerja begitupun sebaliknya jika iklim komunikasi yang telah di bangun pada divisi tersebut negatif maka kepuasan kerja karyawan akan menurun. Begitupula dengan iklim komunikasi yang ada di Divisi Enterprise Service PT Telkom. Pada divisi tersebut iklim komunikasi yang ada didalamnya sangat mempengaruhi kepuasan kerja karyawannya. Sehingga, sebagian besar para karyawan divisi enterprise service merasakan kepuasan dalam pekerjaannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan Divisi Enterprise Service PT. Telkom Indonesia”**. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan Divisi Enterprise Service PT. Telkom Indonesia, Tbk.

1.3 Identifikasi Masalah

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

1. Seberapa besar pengaruh iklim komunikasi di Divisi *Enterprise Service* PT Telkom Indonesia?
2. Seberapa besar pengaruh kepuasan kerja karyawan di Divisi *Enterprise Service* PT Telkom Indonesia ?
3. Seberapa besar pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan *Divisi Enterprise Service* PT Telkom Indonesia?

1.4 Tujuan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah diatas, maka tujuan masalah yang akan dibahas oleh peneliti adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklim komunikasi di Divisi *Enterprise Service* PT Telkom Indonesia
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan kerja karyawan di Divisi *Enterprise Service* PT Telkom Indonesia.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh iklim komunikasi terhadap kepuasan kerja karyawan Divisi *Enterprise Service* PT Telkom Indonesia

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat penelitian ini di harapkan mampu menambah ilmu pengetahuan dalam akademis dan memberikan referensi dibidang iklim komunikasi organisasi di suatu perusahaan terhadap kepuasan kerja karyawannya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan, sebagai sumber referensi oleh mahasiswa selanjutnya yang akan melakukan penelitian sejenis. Penelitian ini juga berguna bagi perusahaan PT Telkom Indonesia, Tbk Divisi *Enterprise Service* Jakarta Pusat sebagai bahan evaluasi terhadap iklim komunikasi organisasi dan kepuasan kerja karyawan yang ada di perusahaannya.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini dijelaskan mengenai gambaran umum objek penelitian, seperti latar belakang yang mendasari penelitian, identifikasi masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini dibahas tentang teori-teori yang relevan agar dapat mendukung penelitian yang dilakukan. Selain itu pada bagian ini juga membahas tentang penelitian terlebih dahulu yang berhubungan dengan topik atau masalah penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ini merupakan bagian yang akan membahas tentang metode apa yang akan digunakan pada penelitian ini untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang ada untuk menjawab masalah penelitian.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Iklim Komunikasi Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Divisi *Enterprise service* PT Telkom Indonesia” ini memiliki rincian waktu penelitian sebagai berikut:

Lokasi : PT Telkom Indonesia, Kota Jakarta Pusat

Waktu penelitian : Tahun 2019

No	Tahapan Kegiatan	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1	Mencari topik penelitian yang diambil, mencari referensi dan menentukan kasus penelitian											
2	Menyusun proposal penelitian bab 1											

3	Pencarian data awal penelitian, penyusunan tinjauan pustaka bab 2-3											
4	Pengumpulan data melalui kuisisioner kepada karyawan PT.Telkom Indonesia, Tbk unit PPS											
5	Proses analisis dan pengelolaan data											
6	Penyusunan hasil penelitian berupa kesimpulan dan saran											