

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tercapainya keberhasilan sebuah lembaga organisasi swasta maupun pemerintah dalam mencapai tujuan organisasi memiliki ketersinambungan dengan bagaimana cara berkomunikasi yang baik secara internal maupun eksternal. Komunikasi sendiri merupakan sebuah proses yang memungkinkan seseorang atau komunikator menyampaikan sebuah gagasan untuk mengubah perilaku lawan bicaranya atau yang biasa disebut dengan komunikan. Menurut Lasswell komunikasi secara garis besar merupakan sebuah rangkaian atau proses penyampaian pesan yang di dalamnya menjelaskan siapa, mengatakan apa, menggunakan saluran apa, kepada siapa, dan apa efek yang ditimbulkan (Mulyana, 2014:69). Pada prosesnya, komunikasi terjadi secara lisan atau verbal. Komunikasi juga dapat terjadi apabila ada persamaan pesan dengan orang yang menerima pesan atau *feedback*. Apabila tidak ada bahasa verbal yang dapat dimengerti oleh keduanya, komunikasi masih dapat terlaksana dengan bahasa nonverbal.

Dalam organisasi ataupun sebuah perusahaan, komunikasi memiliki peran yang sangat penting. Karena tanpa adanya proses komunikasi, seluruh kegiatan dalam perusahaan tidak dapat berjalan dengan lancar. Strategi menurut *Kamus Ilmiah Populer* merupakan ilmu siasat perang, sebuah muslihat untuk mencapai tujuan. Strategi sendiri merupakan pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan realisasi gagasan, perencanaan, dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Dengan adanya strategi komunikasi organisasi, pimpinan dapat melihat pegawai yang memiliki semangat hingga pegawai yang tidak memiliki semangat dalam bekerja. Apabila dalam strategi komunikasi organisasi terjadi kesalahan dalam pemberian motivasi maka akan terjadi masalah baru, maka dari itu perlu

adanya perencanaan oleh pimpinan guna menjalankan strategi komunikasi demi terciptanya semangat kerja kepada pegawai.

Perseroan terbatas atau yang biasa disebut PT. merupakan badan usaha yang berbentuk badan hukum yang statusnya diatur UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam mendirikan usaha berbentuk PT diwajibkan minimal terdapat dua individu yang terlibat, baik itu WNI maupun WNA, di mana masing-masing memiliki bagian saham. PT. Cendana Wahana Gemilang atau yang kerap dikenal sebagai CWG (Car Wash Gue) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif dan kuliner, mulai dari tempat cuci mobil dan motor, bengkel mobil dan motor, penjualan aksesoris kendaraan serta bidang kuliner yaitu terdapat café dan juga teh tarik. Didirikan pada akhir tahun 2019 oleh empat orang perintis yaitu Yunardi Novriansah, Hendra Aulia, Indriyani dan Dea Desvikha. PT. Cendana Wahana Gemilang sendiri terletak di Jl. Raden Inten II, No.76, RT.12/RW.2, Duren Sawit, Jakarta Timur. Pada saat ini, melakukan bisnis di bidang otomotif merupakan hal yang banyak dapat dijumpai di Indonesia. Dengan adanya bisnis di bidang otomotif tersebutlah, selain memudahkan dan memenuhi kebutuhan pelanggan dalam merawat kendaraannya, bisnis di bidang otomotif juga dapat membuka lapangan pekerjaan. Apalagi, dalam bisnis otomotif, bidang bisnis ini membutuhkan pekerja serta pegawai yang banyak dan mumpuni pada setiap bidangnya masing-masing.

Selain bergerak di bidang otomotif dan tempat cuci mobil, PT. Cendana Wahana Gemilang juga bergerak di bidang kuliner. CWG memiliki café yang bernama *Café Gue* dan berada satu tempat dengan tempat cuci mobil serta bengkel tersebut. Hal inilah yang menjadikan CWG memiliki keunikan dan ciri khas tersendiri dari pada kompetitor lainnya di bidang bisnis yang sama. Dengan adanya tempat cuci kendaraan, bengkel, hingga café, secara psikologis pelanggan yang datang selain untuk mempercantik kendaraannya juga terbesit untuk sekaligus nongkrong hingga membeli makanan ataupun minumannya. Oleh sebab itu CWG sering disebut sebagai “*one stop solution*” merupakan istilah yang dimana memiliki makna bahwa CWG selalu menawarkan sebuah solusi bagi kebutuhan para konsumen hingga benar-benar terpenuhi. Dalam

menjalankan bisnisnya tentunya CWG membutuhkan pegawai yang banyak serta sesuai dengan keahlian di setiap bidangnya, baik itu dalam bidang otomotif ataupun kuliner café. Akan tetapi, memasuki bulan Maret di tahun 2020, pandemi Covid-19 mulai menyebar di Indonesia, dimana hal tersebut memberikan dampak yang buruk bagi masyarakat Indonesia terkhusus bagi para pelaku bisnis. Dengan adanya pengurangan jam kerja serta pengurangan jumlah karyawan, PT. Cendana Wahana Gemilang harus tetap menjalankan bisnis pada era *new normal*, PSBB, PPKM, dan hingga pada masa post - covid. Dalam menjalankan sebuah usaha dengan jumlah pegawai yang terbatas, dibutuhkan inovasi serta strategi agar nantinya tidak membuat para pegawainya mengalami penurunan semangat kerja. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh (Kholifah, 2021), pandemi Covid-19 turut berdampak pada keberlangsungan kegiatan perusahaan Bank BRI Syariah KC Kediri, yang dimana dengan diberlakukannya kegiatan secara terbatas mengakibatkan terjadinya penurunan semangat kerja karyawan yang berdampak pada pelaksanaan kegiatan perusahaan.

Penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa di PT. Cendana Wahana Gemilang Jakarta Timur terdapat temuan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh pihak manajemen masih belum berdampak nyata kepada para pegawai secara menyeluruh. Penelitian pra-riset yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 27 Februari 2022 lalu, membuktikan masih terdapat pegawai yang tidak disiplin dalam menjalankan tugas-nya, contohnya seperti cenderung bermalas - malasan saat bekerja, sering bermain gawai saat jam kerja, serta kerap ditemukan pegawai yang tidak disiplin dalam melakukan absensi di waktu yang telah ditetapkan. Tentunya hal ini juga diperkuat oleh peneliti lapangan yang melihat bahwa manajer cenderung kurang dekat dengan pegawai dalam menjalin komunikasi, komunikasi yang dijalin hanya sebatas keperluan dalam pekerjaan. Padahal seperti diskusi basa-basi atau yang kita kerap kenal dengan *intermezzo* merupakan hal penting yang terkadang beberapa orang menganggapnya hal yang remeh. Menurut penuturan Novriansah selaku Direktur perusahaan, beliau sudah menerapkan strategi komunikasi seperti *briefing* serta evaluasi rutin hampir setiap minggunya, yang dimana dilakukan oleh jajaran manajemen sesaat sebelum para pegawai

bekerja hingga pada saat mereka selesai bekerja. Namun sampai saat penelitian ini dilakukan hal tersebut masih dianggap kurang efektif, dikarenakan strategi yang dilakukan oleh manajemen masih belum berdampak secara konsisten berkelanjutan pada para pegawai di PT. Cendana Wahana Gemilang. Disamping itu, Novriansah selaku direktur perusahaan juga memiliki keinginan untuk mempunyai pegawai yang memiliki sifat tekun, rajin, dan bertanggung jawab dalam setiap pekerjaannya.

Schermerhorn (1999:4) sendiri mengartikan bahwa strategi merupakan suatu perencanaan kegiatan yang komprehensif dan menentukan petunjuk dan arahan yang kritis terhadap pengalokasian sumber daya untuk mencapai sasaran jangka panjang organisasi. Dalam hal ini, PT. Cendana Wahana Gemilang menerapkan aspek strategi komunikasi salah satunya seperti dengan penyampaian pesan kepada para pegawai, yaitu melakukan *briefing* sebelum tempat usaha dibuka ataupun evaluasi saat tempat usaha ditutup, dimana dengan adanya *briefing* ataupun evaluasi, diharapkan pegawai dapat melakukan improvisasi serta mendengarkan pendapat baik dari masing-masing pegawai maupun pihak manajer agar bagaimana pekerjaan yang dikerjakan pada hari tersebut dapat terpenuhi sesuai target dan tujuan yang dicapai, serta dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan ketika menggunakan jasa dan berkunjung ke usaha cuci mobil, bengkel, dan café yang ada di PT. Cendana Wahana Gemilang. Selain itu, dengan adanya *briefing* dan evaluasi, hal tersebut dianggap dapat menjaga kedisiplinan dan kinerja pegawai dalam menjalankan tugas serta tanggung jawabnya. Apalagi, kendala terbesar pada pegawai adalah sikap dan kedisiplinannya, dimana dalam menjalankan tugasnya, pegawai seringkali terlihat tidak fokus dalam pekerjaannya dan bermalas-malasan. Hal ini sering kali terlihat dalam kamera pengawas atau CCTV yang aksesnya langsung dipegang oleh pihak manajer operasional dan lapangan. Tidak hanya itu, terkadang para pegawai juga sering telat melakukan absensi pada jam kerja yang telah ditentukan, hal ini tentunya juga diperkuat dengan hasil rekapitulasi absensi pegawai di setiap bulannya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif interpretatif dalam memenuhi kebutuhan data penelitian

untuk mengetahui terkait implementasi strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh perusahaan. Peneliti melakukan wawancara secara langsung datang ke PT. Cendana Wahana Gemilang. Dalam melakukan pengambilan data peneliti membagi sumber informan dengan satu informan kunci, tiga informan utama, serta tiga informan pendukung. Ketujuh informan tersebut meliputi direktur, manajer, kepala team hingga pegawai dari PT. Cendana Wahana Gemilang.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka fokus penelitian ini adalah Bagaimana implementasi strategi komunikasi di PT. Cendana Wahana Gemilang.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disebutkan sebelumnya, adapun rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi strategi komunikasi organisasi di PT. Cendana Wahana Gemilang?
2. Apa saja faktor pendukung strategi komunikasi organisasi di PT. Cendana Wahana Gemilang?
3. Apa saja faktor penghambat strategi komunikasi organisasi di PT. Cendana Wahana Gemilang?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana implementasi strategi komunikasi organisasi di PT. Cendana Wahana Gemilang.

2. Mengetahui faktor pendukung strategi komunikasi organisasi di PT. Cendana Wahana Gemilang.
3. Mengetahui faktor penghambat strategi komunikasi organisasi di PT. Cendana Wahana Gemilang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Beberapa manfaat teoritis yang ingin dituju peneliti adalah sebagai berikut:

- 1.5.1.1 Dapat menambah literatur penelitian jurusan Ilmu Komunikasi mengenai strategi komunikasi organisasi.
- 1.5.1.2 Menjadi bahan rujukan dan referensi dalam mencapai cita – cita dari perusahaan.
- 1.5.1.3 Memberikan pemahaman tentang tujuan implementasi komunikasi organisasi.

1.5.2 Aspek Praktis

Berikut adalah manfaat praktis yang ingin dituju peneliti lewat penelitian ini:

- 1.5.2.1 Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan pengetahuan serta pemahaman lebih mendetail dan mendalam mengenai upaya implementasi strategi komunikasi organisasi.
- 1.5.2.2 Bagi PT. Cendana Wahana Gemilang, penelitian ini dapat menjadi informasi dan juga landasan untuk melakukan evaluasi serta mengetahui bagaimana komunikasi organisasi yang tepat.

1.5.2.3 Bagi pembaca, penelitian ini berguna sebagai penambah pengetahuan dan cara pandang pembaca terkait komunikasi organisasi.

1.5.2.4 Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan menjadi literatur dan acuan yang nantinya akan melakukan penelitian dalam ranah komunikasi organisasi.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

No.	Keterangan	Bulan											
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Ags	
1	Menentukan Judul Penelitian												
2	Penyusunan BAB 1												
3	Penyusunan BAB 2												
4	Penyusunan BAB 3												
5	Pendaftaran Desk Evaluation												
6	Revisi Desk Evaluation												
7	Pendaftaran Sidang Skripsi												

(Sumber: Rancangan Peneliti, 2022)