

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia mengalami pasang surut dalam menangani pandemic Covid 19, gelombang pertama Covid 19 pada bulan Januari dan gelombang kedua pada bulan Juli. Selanjutnya mengalami lonjakan yang membuat masyarakat harus kehilangan keluarga dan orang – orang terdekat. Kota Bandung adalah salah satu kota yang terkena dampak Covid – 19. Sejak 15 Maret 2020 Pemerintah Kota Bandung mengeluarkan Surat Edaran Wali Kota tentang pencegahan dan penanganan Covid 19. Sejak saat itu, berbagai macam kebijakan dikeluarkan untuk mencegah penyebaran virus Covid – 19. Lalu pada tahun 2022 Wali Kota Bandung mengeluarkan peraturan Nomor 17 2022 mengenai Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat Level 3, 2, dan 1 serta melakukan pengoptimalan posko penanganan untuk mengendalikan penyebaran virus Corona pada tingkat desa dan kelurahan. ([dprd.bandung.go.id](http://dprd.bandung.go.id))

Virus Covid – 19 ini membawa dampak negatif di sektor ekonomi karena diberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Proporsional, yang artinya ada pembatasan-pembatasan aktivitas warga, terutama di ruang publik. Batas jam operasional restoran, rumah makan hingga pusat perbelanjaan dimajukan menjadi pukul 20.00 dari semula pukul 21.00 WIB. Sementara itu menjelang akhir 2020, bisnis pernikahan mulai bangkit Kembali dengan standar protokol Kesehatan sesuai anjuran pemerintah seperti pengecekan suhu tubuh, penyediaan wastafel dan *handsanitizer* hingga *double* penyemprotan *venue* dengan disinfektan. Hal ini pasti membutuhkan kerja ekstra penyelenggaranya. ([opendata.jabarprov.go.id](http://opendata.jabarprov.go.id), 2020)

Tidak sampai disitu polemik virus covid 19 pun masih terus berlanjut di tahun 2021 yaitu Ketika pemerintah pada bulan Juli 2021 mulai menerapkan PPKM Darurat untuk mengurangi penyebaran covid 19 di Indonesia yang pada per 15 Juli 2021 terjadi kelonjakan mencapai 56.757 kasus positif sehingga PPKM Darurat di berlakukan dari tanggal 3 Juli sampai 20 Juli 2021 khusus Jawa dan Bali (Iswara, M. I., & Rohmah, 2021). Maka dari itu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah

membuat semua organisasi menjual produk berupa jasa harus bisa mengemas proses pembuatan jasa tersebut disesuaikan dengan kondisi pandemi yang sedang terjadi.

Sebuah organisasi terus berusaha untuk menciptakan hubungan kerja yang baik sehingga dapat memberi pengaruh besar pada kepuasan konsumen. Organisasi yang efektif perlu memberi evaluasi dan koreksi pada usaha-usaha yang telah dilakukan. Pengertian organisasi menurut Hasibuan (2013:24) adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur dan terkoordinasi dari kelompok orang yang bekerjasama dalam mencapai tujuan tertentu. Kemudian menurut Waldo dalam bukunya Silalahi (2011:124), menyebutkan bahwa organisasi adalah struktur hubungan-hubungan diantara orang-orang berdasarkan wewenang dan bersifat tetap dalam suatu sistem administrasi. Organisasi perlu bertahan dan berkembang. Karenanya, komunikasi organisasi yang baik menjadi hal penting dalam tercapainya tujuan bersama.

Di dalam suatu organisasi yang bersifat legal biasanya terdapat beberapa bagian atau divisi. Tiap divisi memiliki tanggung jawab masing – masing yang harus dilakukan. Antara tiap divisi tersebut tentunya berkaitan dan ada kesinambungan dalam hal pekerjaan. Oleh karenanya terbentuklah komunikasi organisasi yang berupa penyampaian arahan atau pesan – pesan yang menjadi suatu informasi untuk dapat disampaikan pada aktivitas kerja. Komunikasi organisasi yang terjalin dengan baik dapat membangun hubungan yang harmonis antara satu orang dengan orang yang lain di berbagai tingkat jabatan/posisi di dalam organisasi. Pemahaman akan organisasi tentu membutuhkan pemahaman akan banyaknya hal yang harus dilaksanakan dalam operasionalnya.

Komunikasi organisasi mempunyai arti penting dalam penyampaian pesan – pesan dalam lingkup organisasi. Menurut Pace & Faules yang dikutip oleh Mulyana (2013:33), 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. Informasi di dalam organisasi sangat beragam dan dapat diklasifikasikan dalam beberapa bidang. Diantaranya dalam melaksanakan tanggung jawab kerja, setiap karyawan memerlukan informasi untuk memahaminya. Informasi

disampaikan melalui komunikasi organisasi sehingga dapat diterima oleh para karyawan. Setelah informasi tersebut dipahami oleh setiap karyawan, barulah karyawan dapat mengembangkan pemikiran – pemikirannya dalam melaksanakan pekerjaannya. Setiap karyawan diuntut untuk dapat menyelesaikan pekerjaannya secara maksimal dan tepat waktu. Dalam kegiatan itu, akan terlihat kualitas kerja/kinerja karyawan, apakah baik atau buruk.

Di dalam suatu organisasi yang bersifat legal biasanya terdapat beberapa bagian atau divisi. Tiap divisi memiliki tanggung jawab masing – masing yang harus dilakukan. Antara tiap divisi tersebut tentunya berkaitan dan ada kesinambungan dalam hal pekerjaan. Oleh karenanya terbentuklah komunikasi organisasi yang berupa penyampaian arahan atau pesan – pesan yang menjadi suatu informasi untuk dapat disampaikan pada aktivitas kerja. Komunikasi organisasi yang terjalin dengan baik dapat membangun hubungan yang harmonis antara satu orang dengan orang yang lain di berbagai tingkat jabatan/posisi di dalam organisasi. Pemahaman akan organisasi tentu membutuhkan pemahaman akan banyaknya hal yang harus dilaksanakan dalam operasionalnya.

Komunikasi organisasi mempunyai arti penting dalam penyampaian pesan – pesan dalam lingkup organisasi. Menurut Pace & Faules yang dikutip oleh Mulyana (2013:33), 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. Informasi di dalam organisasi sangat beragam dan dapat diklasifikasikan dalam beberapa bidang. Diantaranya dalam melaksanakan tanggung jawab kerja, setiap karyawan memerlukan informasi untuk memahaminya. Informasi disampaikan melalui komunikasi organisasi sehingga dapat diterima oleh para karyawan. Setelah informasi tersebut dipahami oleh setiap karyawan, barulah karyawan dapat mengembangkan pemikiran – pemikirannya dalam melaksanakan pekerjaannya. Setiap karyawan diuntut untuk dapat menyelesaikan pekerjaannya secara maksimal dan tepat waktu. Dalam kegiatan itu, akan terlihat kualitas kerja/kinerja karyawan, apakah baik atau buruk.

Melalui komunikasi organisasi yang efisien dan baik, sebuah organisasi dapat berhasil. Nirmala Photograph yang berlokasi di Jl Libra IV no 2 adalah sebuah perusahaan di bidang kreatif yang bergerak di bidang jasa foto, video pernikahan dan persiapan pernikahan yang sudah berjalan sejak 2015. Nirmala Photograph memiliki *account Instagram* yang memiliki 9,738 followers yang didalamnya terdapat portofolio sebelumnya agar dapat menarik minat konsumen.

Fenomena wabah terjadinya covid 19 membuat banyak aktivitas terganggu, seperti halnya pemotretan yang dilakukan oleh Nirmala Photograph, begitu juga dengan cara berkomunikasi antar anggota Nirmala Photograph yang terbatas karena perlu menggunakan masker dan menjaga jarak, hal ini membuat komunikasi tidak berjalan dengan baik karena suara yang terlalu pelan dan telinga yang tidak dapat mendengar dengan baik, hal ini dilakukan karena anjuran pemerintah untuk menjaga jarak di area tertutup maupun terbuka serta senantiasa mengenakan masker untuk mencegah penyebaran wabah covid 19, selain itu komunikasi yang terbatas membuat komunikasi antar karyawan tidak dapat maksimal, mengurangi komunikasi disebabkan karena sedang dimasa covid 19 yang dimana Nirmala Photograph ingin meminimalisir komunikasi juga bertujuan untuk memberi kenyamanan dan rasa aman kepada client yang hendak foto prewedding, jadi yang seharusnya komunikasi antar karyawan Nirmala Photograph dimaksimalkan untuk hasil foto atau video yang semaksimal mungkin harus diminimalisir karena keadaan, hal ini juga berpengaruh saat anggota Nirmala Photograph dengan *client* karena harus tetap menjaga jarak dan menaati protokol kesehatan.

Seiring berjalannya waktu, Nirmala Photograph semakin dipercaya oleh kalangan luas sehingga mendapatkan banyak job yang membuat Nirmala Photograph harus merekrut beberapa karyawan tambahan untuk membantu pekerjaan – pekerjaan yang terkait fotografi dan videografi. Semakin besar organisasi yang diciptakan, semakin besar pula tujuan yang akan dicapai oleh Nirmala Photograph. Berkembang dan maju bukan berarti tidak memiliki hambatan. Ada kalanya organisasi menemui masalah yang harus dihadapi karena telah melakukan serangkaian kegiatan yang tentunya memiliki kapasitas yang lebih banyak lagi. Salah satu masalah yang dihadapi organisasi berkaitan dengan komunikasi organisasi yang di duga berpengaruh terhadap kinerja karyawannya.

Berdasarkan hasil pengamatan di lokasi penelitian, terdapat permasalahan di tiap bagian Nirmala Photograph yaitu masalah komunikasi organisasi. Di Nirmala Photograph tiap karyawan belum mampu menciptakan komunikasi organisasi yang efektif. Hal ini disebabkan karena media yang disediakan untuk penunjang komunikasi masih kurang. Contohnya organisasi telah menyediakan email kantor untuk penyambung informasi dari pelanggan atau divisi lain namun tidak semua pihak dapat mengaksesnya sehingga setiap karyawan merasa kurang mendapat informasi. Informasi di sini dapat berupa kabar mengenai apa yang terjadi dan bagaimana menghadapi masalah dalam pelaksanaan pekerjaannya. 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 dengan bawahannya. Secara vertikal, komunikasi yang terjalin lebih banyak untuk memberikan instruksi ataupun mensosialisasikan keputusan terkait karyawan. Misalnya ketika pimpinan menginstruksikan karyawan agar selalu datang dan pulang tepat waktu (disiplin), dapat disosialisasikan melalui email kantor. Namun karena tidak semua karyawan mengaksesnya maka instruksi tersebut hanya diketahui segelintir karyawan. Padahal perilaku disiplin di tempat kerja sangat penting mengingat efeknya yang besar jika tidak dilaksanakan. Hasibuan dalam Ajimat (2018:4) menyatakan bahwa kedisiplinan adalah kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua peraturan dan norma-norma sosial yang berlaku. Teladan pimpinan sangat berperan dalam lahirnya kedisiplinan karyawan karena pimpinan merupakan panutan bagi karyawannya. Artinya pimpinan harus memberikan contoh yang baik dalam hal kedisiplinan, juga dalam aspek lain seperti kejujuran, keadilan. Sebaliknya karyawan pun berusaha untuk menjalin komunikasi yang baik dengan pimpinan dalam rangka menjaga hubungan baik.

Penerapan komunikasi organisasi yang optimal belum dapat dicapai oleh Nirmala Photograph karena karyawan cenderung sungkan untuk menyampaikan pesan atau berbagi saran atau keluhan kepada pimpinannya. Hal ini terjadi pula di kalangan pimpinan yang tidak dapat menyampaikan sesuatu kepada karyawan secara jelas, karena berbagai sebab. Pemahaman yang salah akan pesan yang disampaikan karena kurangnya penguasaan cara berkomunikasi yang baik juga merupakan salah satu permasalahan yang sangat penting untuk diperbaiki. Untuk dapat saling

memahami dibutuhkan hubungan yang harmonis antara komunikator dan komunikan, karena pada umumnya setiap orang cenderung mudah memahami atau tergerak oleh komunikasi yang dijalin oleh orang yang mempunyai hubungan baik pada sesamanya. 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 insani harus dijaga agar tetap harmonis, Suranto AW (2010:105). 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

Oleh karena itu, anggota Nirmala Photograph saling berinteraksi untuk menyampaikan ide, gagasan maupun pendapat, demi keberlangsungan dan kemajuan organisasi mereka. Seluruh proses komunikasi yaitu penyampaian pesan dan interaksi yang dilakukan satu anggota ke anggota lain dalam organisasi Nirmala Photograph yang membentuk pola komunikasi. Pace dan Faulus (Pace, R. W., & Faules, 2006), mengemukakan bahwa arus komunikasi dalam organisasi ialah informasi dari seseorang yang memiliki kedudukan lebih tinggi kepada orang yang kedudukannya lebih rendah yang di sebut komunikasi ke bawah, seperti sebaliknya, hal ini kemudian disebut komunikasi vertical. Sedangkan informasi yang beredar di antara orang-orang yang memiliki kedudukan sama disebut dengan komunikasi horizontal atau komunikasi informal. Komunikasi organisasi sebagai body knowledge dengan media sosial nirmala photograph memiliki hubungan dalam komunikasi untuk mengunggah konten di sosial media supaya tidak terjadinya kesalah pahaman komunikasi mengenai konten yang akan diunggah di sosial media

Peneliti menjadikan Nirmala Photograph sebagai subjek penelitian karena saat ini, fenomena jasa foto dan video *cinematic* spesialis untuk acara pernikahan yang dianggap memiliki nilai plus tersendiri baik di dunia pekerjaan maupun masyarakat terutama kalangan anak muda. Alasan peneliti menjadikan pola komunikasi dari organisasi Nirmala Photograph sebagai objek penelitian karena Nirmala Photograph selalu memberikan inovasi baru dalam dunia fotografi dan videografi serta selalu mengalami peningkatan konsumen setiap bulannya. Peneliti ingin melihat pola komunikasi organisasi yang terjadi antara pemilik dengan

karyawan, Selain itu, alasan pola komunikasi dijadikan objek penelitian adalah karena masih ada terjadi *miss communication* dalam organisasi ini seperti antar anggota Nirmala Photograph tidak dapat mendengarkan apa yang disampaikan anggota Nirmala Photograph yang lain karena harus memakai masker dan menjaga jarak, hal ini membuat suara yang disampaikan menjadi pelan dan anggota Nirmala Photograph tidak dapat mendengarkan dengan baik, sehingga perlu dilakukan adanya penelitian mengenai pola komunikasi organisasi dalam organisasi ini. Untuk meneliti pola komunikasi dalam organisasi ini, peneliti terlebih dahulu meneliti proses komunikasi yang terjadi didalam organisasi ini, baik itu kegiatan formal dan informal.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian di atas fokus penelitian ini adalah bagaimana pola komunikasi organisasi antara pemilik Nirmala Photograph dan para karyawan dalam melayani konsumen di masa pandemic covid 19.

## **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian di atas maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah

1. Bagaimana pola komunikasi organisasi yang terjadi antara pemilik dan karyawan dalam melayani konsumen di masa pandemic covid 19?
2. Bagaimana hambatan komunikasi organisasi yang terjadi antara pemilik dan karyawan dalam melayani konsumen di masa pandemic covid 19?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan pola komunikasi organisasi yang terjadi antara pemilik dan karyawan dalam melayani konsumen di masa pandemic covid 19
2. Untuk menjelaskan hambatan komunikasi organisasi yang terjadi antara pemilik dan karyawan dalam melayani konsumen di masa pandemic covid 19

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian dilakukan dengan tujuan memberikan manfaat yang nyata bagi semua pihak yang terlibat. Para penulis mengantisipasi manfaat berikut dari melakukan penelitian ini dapat bermanfaat untuk pembaca penelitian ini dapat memetik ilmu-ilmu dan dapat menjadikan penelitian ini untuk referensi khususnya mengenai pola komunikasi organisasi pemilik nirmala photograph pada para karyawan dalam melayani konsumen di masa pandemic covid 19.

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dengan mengamati informasi yang dimuat di website [bridestory.com](http://bridestory.com) mengenai Nirmala Photograph serta menggali lebih dalam informasi mengenai Nirmala Photograph di lingkungan kerja Nirmala Photograph yang berlokasi di Jalan Libra IV no 2 Kota Bandung.

### 1.6.2 Waktu Penelitian

Waktu dan periode yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

*Tabel 1. 1 Tabel Waktu Penelitian*

No.	Kegiatan	Tahun 2022-2023													
		Mei	Jun	Jul	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Menentukan Topik														
2.	Pra-penelitian														
3.	Penyusunan Proposal														
4.	Pengajuan Seminar Proposal														
5.	Pengumpulan Data (Wawancara)														



6.	Pengolahann Penelitian														
7.	Sidang Akhir														

*Sumber:* Data olahan penulis (2022)

