

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan operasional yang berjalan pada lingkup jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Saham Telkom secara umum dikuasai oleh Pemerintah Republik Indonesia yakni dengan jumlah 52.09%, sementara 47.91% lainnya merupakan wewenang atau kuasa publik. Telkom menjual sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang berkodekan "TLKM" serta *New York Stock Exchange* (NYSE) yang berkodekan "TLK".

TelkomGroup mengutamakan pelanggan (*customer-oriented*) dalam menerapkan strategi bisnis serta operasional perusahaan guna merealisasikan terwujudnya digital *telecommunication company*. Hal ini akan mendorong organisasi TelkomGroup untuk semakin ramping (*lean*) serta lincah (*agile*) guna menyesuaikan diri dengan perkembangan industri telekomunikasi yang semakin cepat. Dengan demikian, juga lahir tuntutan bagi berbagai organisasi baru guna mampu memacu peningkatan efisiensi serta efektivitasnya dalam menawarkan *customer experience* secara berkualitas.

TelkomGroup memiliki kegiatan usaha yang dinamis yakni senantiasa mengalami pertumbuhan dan perubahan sebagaimana upayanya dalam menyesuaikan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi dalam cakupan industri telekomunikasi dan informasi. Kondisi ini nampak melalui lini bisnis yang mengalami perkembangan secara kontinyu guna kian menyempurnakan legacy yang ditetapkan sebelumnya.

Telkom sejak saat ini mengklasifikasikan bisnisnya ke dalam 3 Digital Business Domain:

1. **Digital Connectivity:** *Fiber to the x (FTTx), 5G, Software Defined Networking (SDN)/ Network Function Virtualization (NFV)/ Satellite*
2. **Digital Platform:** *Data Center, Cloud, Big Data/Artificial Intelligence (AI), Internet of Things (IoT), Cybersecurity*

### 3. *Digital Services: Enterprise: , Consumer*

#### 1.1.2 Logo dan Tagline Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo PT Telekomunikasi Indonesia Tbk

(Sumber: Arsip Telkom, diakses 10 September 2018)

Filosofi Warna:

- Merah – Berani, Cinta, Energi, Ulet
- Merepresentasikan spirit Telkom yang senantiasa optimis dan berani guna menangani berbagai tantangan dan perusahaan
- Putih – Suci, Damai, Cahaya, Bersatu.  
Merepresentasikan spirit Telkom guna menghadirkan hal-hal terbaik bagi bangsa.
- Hitam – Warna Dasar  
Menjadi lambang atas kemauan keras.
- Abu – Warna Transisi  
Menjadi lambang atas teknologi.

#### 1.1.3 Visi Misi Perusahaan

##### **VISI**

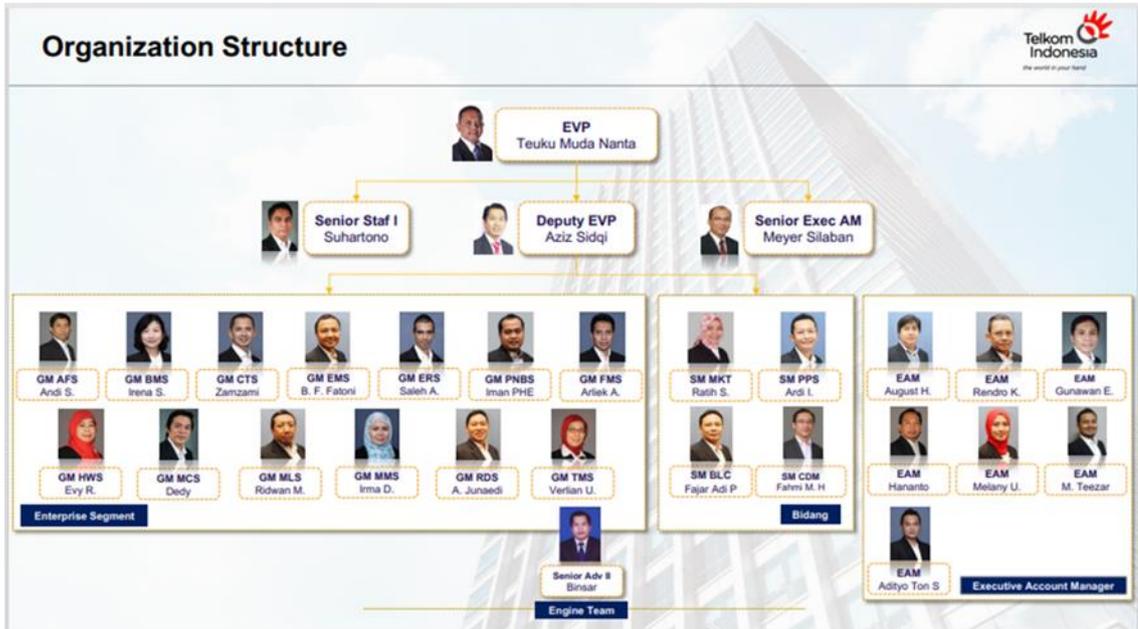
Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat

##### **MISI**

1. Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.

- Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik

### 1.1.4 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia (Divisi Enterprise Service)



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi PT. Telkom Indonesia (Divisi Enterprise Service)

Sumber : Telkom.id 2023

## 1.2 Latar Belakang

Saat ini kompetisi dunia kerja sangat tinggi, sebagaimana yang dipahami bila dunia kerja menjadi salah satu syarat untuk mengasah akan kompetisi serta keterampilan. Ijazah tidak lagi cukup berpengaruh guna memenangkan pasar kerja yang turut kian ketat. Didepan mata kita hingga detik ini tidak sedikit lulusan Sarjana yang masih belum memperoleh pekerjaan. Bahwa guna mampu memenangkan dunia kerja sekarang ini, maka terdapat berbagai aspek yang wajib ditingkatkan seperti faktor pengalaman dan keterampilan yang harus diasah terus serta kedisiplinan adalah sejumlah faktor utama yang harus di perhatikan bagi seorang pekerja.

Komunikasi merupakan aspek yang paling penting didalam dunia pekerjaan. Melalui komunikasi maka kita akan mudah untuk berinteraksi dalam melakukan hal pekerjaan. Dalam dunia pekerjaan banyak jenisnya termasuk salah satunya komunikasi organisasi. Di sisi lain komunikasi

sangatlah penting yaitu untuk kemajuan suatu perusahaan, dan menguatkan hubungan relasi antara sesama karyawan, dan atasan kepada bawahan.

Aliran komunikasi merupakan aspek penting dari komunikasi perusahaan. Ini dipisahkan menjadi tiga bagian: komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, dan komunikasi horizontal. Eunju (2009, hal.5). Aliran komunikasi organisasi memiliki hubungan dengan kinerja karena sebagai alat manajerial, komunikasi sering diharapkan untuk berbagi informasi dengan anggota, mengkoordinasikan kegiatan, mengurangi beban manajerial dan aturan yang tidak perlu, serta meningkatkan kinerja (Eunju, 2009).

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan yang ada khususnya di Indonesia juga melakukan inovasi terhadap internal perusahaan atau bagian – bagian yang di anggap dapat melakukan sebuah inovasi lebih, seperti PT. Telkom Indonesia Divisi Enterprise Service (DES) sebagai salah satu bagian atau divisi yang penting dari sebuah perusahaan yang berperan guna menciptakan koordinasi secara efektif dalam eksternal ataupun internal perusahaan yang ditujukan guna membentuk serta menjaga reputasi perusahaan dalam pandangan stakeholders.

Ilmu komunikasi mengulas mengenai wujud komunikasi yang terdapat pada organisasi, metode serta teknik yang diterapkan, media yang diaplikasikan, proses yang berlangsung, serta berbagai faktor yang menghambat jalannya komunikasi serta hal-hal lainnya. Jawaban atas pertanyaan tersebut dapat digunakan guna telaah yang nantinya dapat memaparkan konsepsi komunikasi yang berlangsung pada sebuah organisasi tertentu mengacu pada sifat, jenis, serta lingkup organisasi yang turut mempertimbangkan keadaan tertentu ketika komunikasi dilangsungkan.

Menurut Wiryanto (2005), komunikasi organisasi didefinisikan sebagai penyampaian serta penerimaan bermacam amanat yang diberikan oleh suatu organisasi yang berbentuk formal ataupun informal terhadap suatu organisasi. Komunikasi formal merupakan suatu komunikasi yang mendapatkan persetujuan organisasi dan memusatkan fokusnya terhadap kepentingan organisasi, ini memuat cara kerja dalam organisasi, produktivitas, serta bermacam pekerjaan yang wajib dikerjakan pada organisasi. Contohnya yakni kebijakan, memo, pernyataan, jumpa pers, serta berbagai macam surat resmi.

Kemudian komunikasi informal, ini merupakan komunikasi yang mendapatkan persetujuan oleh lingkungan sosialnya. Komunikasi ini tidak berorientasi pada organisasi, namun cenderung berorientasi kepada anggota organisasi secara personal.

Aliran Komunikasi Organisasi merupakan sebuah proses dinamika memiliki berbagai pesan yang konsisten kontinyu dalam penciptaan, penyajian serta penginterpretasiannya yang berlangsung sekaligus berkembang pada suatu organisasi. Aliran komunikasi organisasi berperan guna meninjau bagaimana informasi itu bisa disiarkan terhadap seluruh anggota organisasi, bagaimana pola pendistribusiannya serta bagaimana para individu turut berpartisipasi dalam proses penyebaran informasi dalam suatu organisasi. Di samping itu, aliran komunikasi organisasi juga turut memengaruhi tingkat efektivitas organisasi baik berkenaan dengan bermacam hubungan maupun penyelenggaraan serta pencapaian tujuan organisasi.

Komunikasi dan budaya merupakan suatu aspek krusial pada tahapan proses perjalanan hidup suatu organisasi atau perusahaan yang mengacu pada hasil kinerja para karyawan perusahaan. Dengan demikian, komunikasi organisasi bisa didefinisikan sebagai sebuah paham dan penerjemahan penafsiran pesan dari bermacam jenis unit komunikasi yang turut dikategorikan menjadi suatu komponen pada suatu organisasi tertentu (Pace & Faules, 2015:31). Budaya organisasi bisa dijabarkan dengan sejumlah nilai, norma yang diimani, serta berbagai kebiasaan yang dijalankan oleh mayoritas pihak anggota (*culture in-practice*) yang mempunyai peranan limit, identitas, menyatukan komitmen karyawan, serta menstabilkan sistem sosial pada perusahaan (Budiharjo, 2020:57)

Komunikasi dapat dinyatakan efektif bilamana memuat sebuah aliran informasi yang berlangsung antara komunikator dan komunikan secara dua arah, dengan respon atas informasi tersebut yakni sebagaimana ekspektasi kedua pelaku komunikasi. Rajhans (2012) memaparkan bila komunikasi yang terjalin secara efektif akan berdampak pada distribusi informasinya baik mengantisipasi beragam perubahan seputar bermacam regulasi, visi perusahaan, ataupun adanya perubahan dalam rencana yang secara khusus meliputi: 1) mendorong peningkatan sekaligus penguatan suatu hubungan

kerja bagi atasan-bawahan guna memudahkan karyawan dalam peningkatan kinerja yang dimiliki; 2) perusahaan memiliki keterbukaan terkait kontribusi proaktif karyawan pada suatu proses penyusunan keputusan dengan ide, opini serta gagasan yang dapat dipacu oleh adanya keterbukaan; 3) meningkatkan kemampuan diri serta 4) turut dikembangkannya budaya komunikasi yang baik oleh perusahaan guna memacu peningkatan semangat kerja tim beserta aspek efisiensi kerjanya.

Komunikasi yang efektif untuk meningkatkan suatu kinerja karyawan harus direalisasikan dalam sebuah perusahaan, salah satunya perusahaan PT. Telkom Indonesia Divisi Enterprise Service PT. Telkom Indonesia, Tbk memiliki pegawai yang cukup banyak namun PT. Telkom Indonesia mempunyai pegawai *non-organic* atau pegawai kontrak yang lebih banyak dibandingkan dengan pegawai *organic* atau pegawai tetap. Salah satunya Divisi Enterprise Service dengan pegawai *non-organic* atau pegawai kontrak yang lebih banyak dibanding pegawai *organic* atau pegawai tetapnya. Divisi Enterprise Service yaitu divisi yang berada di Telkom yang memiliki tugas untuk menangani pelanggan segment korporasi atau perusahaan. Divisi Enterprise Service mempunyai karyawan *organic* sejumlah 402 orang dan karyawan *non-organic* sejumlah 598 orang atau kurang lebih 60% atas jumlah keseluruhan pegawai di Telkom Divisi Enterprise Service. Oleh karena itu, PT. Telkom Indonesia perlu meningkatkan kuantitas dan kualitas kinerja karyawannya, baik karyawan organik maupun non-organik. Untuk mengukur dan menganalisis kinerja karyawan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Aliran Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Telkom Indonesia”. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja karyawan dan mengidentifikasi solusi efektif untuk meningkatkan aliran komunikasi organisasi serta kinerja karyawan dalam perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi perusahaan dalam mengoptimalkan aliran komunikasi dan meningkatkan kinerja karyawan untuk mencapai tujuan organisasi yang lebih baik.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berlandaskan pada latar belakang penelitian di atas, maka identifikasi masalah yang akan diulas oleh peneliti yaitu:

1. Bagaimana Aliran Komunikasi Organisasi terhadap pegawai *non organic* PT. Telkom Indonesia Divisi Enterprise Service ?
2. Seberapa besar pengaruh aliran komunikasi organisasi terhadap kinerja pegawai *non organic* PT. Telkom Indonesia Divisi Enterprise Service ?

### **1.4 Tujuan Masalah**

Mengacu pada identifikasi masalah yang ada, maka tujuan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana aliran komunikasi organisasi terhadap pegawai *non organic* PT. Telkom Indonesia Divisi Enterprise Service.
2. Untuk mengetahui seberapa besar dampak pengaruh aliran komunikasi organisasi terhadap kinerja pegawai *non organic* PT. Telkom Indonesia Divisi Enterprise Service.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat yang akan diharapkan oleh peneliti untuk penelitian ini di antaranya, yaitu:

#### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan berbagai macam manfaat secara teoritis kepada masyarakat, khususnya para akademisi atau peneliti yang juga sedang meneliti dan menguji teori pada bidang kajian komunikasi sebagai acuan penelitian selanjutnya untuk memperkaya dan menambah khazanah ilmu pengetahuan pada bidang kajian komunikasi terutama yang berkaitan dengan komunikasi organisasi, budaya organisasi, dan kinerja karyawan.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

##### **1. Manfaat Bagi Peneliti**

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan berbagai macam manfaat praktis kepada peneliti melalui pemikiran dan perkembangan wawasan dan ilmu pengetahuan terhadap kegiatan, situasi, dan kondisi yang terjadi dalam perusahaan serta pengaruh komunikasi organisasi dan budaya organisasi terhadap kinerja karyawan.

##### **2. Manfaat Bagi Institusi**

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat praktis kepada institusi melalui penambahan penelitian skripsi sebagai salah satu sumber wawasan dan ilmu pengetahuan yang dapat dikumpulkan dan disimpan di perpustakaan agar dapat diakses oleh para mahasiswa untuk bahan pembelajaran.

### 3. Manfaat Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan manfaat praktis kepada perusahaan melalui hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai suatu bahan acuan perkembangan atau bahan evaluasi pada kegiatan komunikasi organisasi, budaya organisasi, dan kinerja karyawan di perusahaan agar dapat dijalankan secara lebih maksimal dan optimal.

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dijalankan oleh penulis secara online melalui penyebaran menyebarkan dengan media google form. Periode penyelenggaraan ini yaitu pada bulan November – Juni 2023

No	Tahapan Kegiatan	2022		2023					
		Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1.	Pra penelitian								
2.	Penyusunan proposal penelitian bab 1								
3.	Penyusunan tinjauan pustaka bab 2								
4.	Pencarian data awal penelitian bab 3								
5.	Desk Evaluation								
6.	Pengumpulan data form kuesioner karyawan PT. Telkom Indonesia Divisi Enterprise Service								
7.	Proses analisis dan pengolahan data								

8.	Penyusunan hasil Penelitian bab 4								
9.	Penyusunan berupa kesimpulan dan saran bab 5								

Tabel 1. 1  
Lokasi dan Waktu Penelitian

### 1.7 Tahapan Penelitian

Untuk menghasilkan gambaran yang jelas, proposal skripsi terdiri dari tiga bab. Antar bab memiliki pembahasan yang berbeda tetapi ketiga bab ini saling terikat. Adapun sistematika penulisan proposal skripsi antara lain :

#### BAB I PENDAHULUAN

Merupakan bab yang memaparkan penjelasan secara umum. Isi bab ini mencakup latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, serta sistematika penelitian.

#### BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN RUANG LINGKUP PENELITIAN

Merupakan bab yang membahas tinjauan pustaka dan teori-teori terkait topik dan variabel penelitian, penyusunan kerangka pemikiran serta penetapan rumusan hipotesis penelitian.

#### BAB III METODE PENELITIAN

Merupakan bab yang membahas pendekatan, metode penelitian, dan teknik yang diterapkan guna mengkoordinir data dan melakukan analisis terhadap data. Teknik yang diajukan wajib memenuhi kriteria relevan dengan masalah penelitian.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Merupakan bab yang membahas hasil penelitian serta pembahasan yang wajib disajikan secara sistematis sebagaimana identifikasi masalah serta tujuan penelitian. Lingkup penelitian, batasan penelitian serta benang merah interpretasi wajib ditampilkan secara nyata dalam pembahasan hasil pengolahan data,. Pembahasan dapat dilakukan dengan menggunakan sub judul.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN