

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial, dalam menjalankan kehidupannya manusia akan berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang-orang di sekitarnya. Komunikasi itu sendiri merupakan suatu proses penyampaian pesan yang terjadi di antara dua orang atau lebih dimana kedua orang tersebut akan saling bertukar pesan satu-sama lain. Sesuai dengan yang yang dikemukakan oleh Hord Lasswel (dalam Mulyana 2008:69) cara menjelaskan komunikasi yaitu menjawab pernyataan-pernyataan *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect* yang dapat dijabarkan menjadi lima unsur komunikasi di mana satu sama lainnya saling terhubung yaitu sumber (*Source*), pesan, saluran atau media, penerima (*receiver*) serta efek. Komunikasi tersebut akan berlangsung kapan saja dan di mana saja baik di lingkungan tempat tinggal maupun tempat kerja.

Tidak dapat dipungkiri bersama bahwa dalam menjalankan kehidupan sebagai makhluk sosial manusia perlu untuk bekerja dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya. Ketika bekerja manusia akan masuk ke dalam suatu lingkungan perusahaan maupun organisasi di mana hal tersebut dapat menyebabkan manusia yang bekerja atau ada di dalamnya merasakan rasa nyaman, maupun tidak nyaman sesuai dengan kondisi lingkungan pada tempat dia bekerja. Biasanya di dalam perusahaan akan memiliki suatu struktur organisasi, pada struktur organisasi tersebut melibatkan orang-orang untuk menduduki atau mengisi jabatan yang ada, sehingga dengan adanya hal tersebut dapat terjadi suatu komunikasi organisasi di antara anggotanya. Adapun komunikasi organisasi merupakan pertunjukan dan penafsiran pesan antara anggota organisasi tertentu (Pace and Faules 2013:31)

Berbicara mengenai komunikasi, salah satu hal yang perlu dipahami dalam kehidupan yaitu komunikasi seorang pimpinan kepada karyawan atau seorang pemimpin terhadap bawahannya. Hal tersebut perlu diperhatikan karena komunikasi tersebut akan berdampak dengan banyak hal yang terjadi pada perusahaan. Seperti yang dikemukakan oleh Pace & Faules bahwa tantangan terbesar dalam suatu komunikasi organisasi adalah menyampaikan informasi kepada seluruh anggota dan bagaimana seluruh bagian dari organisasi menerima informasi tersebut.

Hal yang sering terjadi yaitu penyampaian informasi seringkali tidak jelas sehingga mengakibatkan *miss communication* antar anggota di dalamnya, karena pada dasarnya

menyampaikan informasi ke seluruh anggota dan menerima informasi merupakan suatu hal yang sulit, karena terkadang ada beberapa unit atau divisi yang terlambat dalam mendapatkan informasi atau bahkan tidak paham dengan informasi tersebut. Padahal suatu perusahaan tentunya membutuhkan suatu komunikasi yang baik antar anggota karena hal tersebut akan membawa pengaruh besar dalam kinerja perusahaan tersebut. Berbicara mengenai komunikasi dalam komunikasi organisasi terdapat aliran komunikasi yaitu komunikasi vertikal ke atas, komunikasi vertikal ke bawah, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal.

Adapun pada *Bikin Kreatif Digital Agency* juga menerapkan aliran komunikasi organisasi untuk menyelesaikan projek-projek yang sedang dikerjakan. Dalam penyampaian informasi pada *Bikin Kreatif Digital Agency* terdapat aliran komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal. Aliran tersebut terjadi baik dari tingkat yang lebih tinggi ke tingkat yang lebih rendah maupun sebaliknya. Contohnya seperti saat memberikan arahan atau melaporkan hasil pekerjaan yang telah dilakukan. Dalam penerapan aliran komunikasi tersebut perlu adanya aliran komunikasi yang baik dan efektif serta disampaikan secara terstruktur agar mengurangi terjadinya kesalahpahaman komunikasi. Apabila dilihat dari kondisi yang ada di dalam *Bikin Kreatif Digital Agency* aliran komunikasi yang terjadi sudah cukup baik walaupun di dalamnya masih sering terjadi *miss* komunikasi yang mengakibatkan beberapa pekerjaan harus tertunda bahkan harus di revisi atau disusun ulang.

Berdasarkan hasil *pra-riset* yang telah dilakukan penulis pada bulan Juni yang dilakukan secara daring terhadap beberapa narasumber salah satunya yaitu Mas Wawan selaku *project manager* memiliki tanggung jawab untuk menangani *klien* secara langsung, mengawasi serta membagikan *plotingan project* terhadap anak-anak mengatakan bahwa masih sering terjadinya sering terjadi *miss communication* antara *klien* dengan anggota *team*. Selain itu menurutnya komunikasi lebih mudah terjalin di antara divisi maupun atasan daripada dengan *klien*.

Lalu *pra-reset* lainnya juga dilakukan pada narasumber selaku koordinator *content writer* yaitu mba Heni yang memiliki tugas membuat ide konten, melakukan reset mengenai produk setelah mendapatkan *brife* dari *kien* setra mengatur dan memastikan konten kalender berjalan dengan baik. Menyebutkan bahwa terkadang *klien* tidak memberitahu *brief* dengan jelas mengenai detail bisnisnya, sehingga memberikan hambatan ketika akan membuat konten, hal tersebut menyebabkan konten tertunda untuk di *posting* sesuai dengan jadwal yang ditentukan atau mundur dari target.

Merujuk dari penelitian yang mengangkat aliran komunikasi organisasi sebagai objek penelitiannya yaitu “Arah Aliran Komunikasi Organisasi Pada Media Lifepal.co.id” yang diteliti oleh Fajar Pahlawan dan Selvia Dewi Rahayu. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan dalam komunikasi di sebuah organisasi hal pertama yang wajib untuk diperhatikan merupakan orang yang menyampaikan pesan atau komunikator, dimana penyampai pesan harus bisa memberikan sebuah pesan yang dapat dimengerti oleh penerima pesannya. Adapun yang terjadi pada kenyataan bahwa komunikasi yang sering berlangsung di lapangan yaitu dari komunikasi dalam konteks *top-down* dan komunikasi dalam konteks *bottom-up*. Sebagai seorang pimpinan dari Lifepal.co.id *Chief Marketing Officer* memiliki beberapa metode atau cara untuk melakukan komunikasi dengan anggotanya, seperti melalui rapat, telepon, ataupun *briefing* bahkan menggunakan pengumuman. Adapun penelitian lain yang mengangkat aliran komunikasi organisasi sebagai objek penelitiannya yaitu “Aliran Komunikasi Organisasi Newsdifabel” komunikasi pada internal suatu organisasi terkhususnya di Newsdifabel cenderung menggunakan komunikasi horizontal dan vertikal, dimana dalam komunikasi tersebut digunakan untuk berdiskusi, menyusun suatu rencana dan menyelesaikan suatu masalah. Komunikasi vertikal pada Newsdifabel biasanya berupa sebuah laporan atau petunjuk pekerjaan. Sedangkan komunikasi Horizontal biasanya digunakan untuk koordinasi suatu pekerjaan. Pada Newsdifabel itu sendiri biasanya komunikasi yang digunakan yaitu komunikasi organisasi yang bersifat bebas serta terbuka.

Adapun teori yang akan digunakan untuk mendukung penelitian ini yaitu teori milik Karl Weick. Teori Komunikasi Organisasi dikemukakan oleh Karl Weick (1979) menjelaskan bahwa struktur sebagai aktivitas komunikasi dan menekankan pada proses mengorganisasikan. Weick juga menyatakan bahwa tantangan organisasi tidak terletak pada sedikitnya informasi yang diterima, tetapi pada begitu banyaknya informasi yang diterima sehingga dapat menimbulkan multi fasir (Morissan 2022:36). Teori ini akan digunakan untuk melihat bagaimana Aliran Komunikasi Organisasi yang terjadi di dalam Bikin Kreatif Digital Agency. Aliran komunikasi yang dimaksud adalah aliran komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal.

Berdasarkan hasil pra-riset penelitian dan berlandaskan oleh penelitian terdahulu mengenai aliran komunikasi organisasi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa aliran komunikasi merupakan hal urgensi yang harus diperhatikan dalam membangun organisasi, salah satunya pada Bikin Kreatif Digital Agency. Maka berdasarkan hasil *pra reset* tersebut, dapat dilihat bahwa masih adanya beberapa hal dalam aliran komunikasi yang

harus diperhatikan di dalam *Bikin Kreatif Digital Agency* seperti terjadinya *miss komunikasi* dalam pembagian tugas dan adanya keterbatasan pemahaman untuk memahami *brife* yang didapat dari klien sehingga menghambat beberapa pekerjaan yang ada pada *Bikin Kretaif Digita Agency*. Maka dari itu perlu adanya penelitian lebih dalam untuk mengetahui mengenai fenomena permasalahan tersebut agar kedepannya dapat diperbaiki dan dapat menjadi lebih baik lagi. Pentingnya riset ini dilakukan yaitu untuk dapat memberikan gambaran atau refleksi mengenai implementasi aliran komunikasi organisasi pada *Bikin Kreatif Digital Agency*. Adapun judul yang diteliti terkait dengan “Analisis Implementasi Aliran Komunikasi Pada *Bikin Kreatif Digital Agency*”. Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif mengumpulkan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan triangulasi atau gabungan.

1.2 Perumusan masalah penelitian

Berdasarkan hasil identifikasi masalah yang telah dijelaskan sebelumnya maka, rumusan masalah yang didapat adalah:

1. Bagaimana aliran komunikasi vertikal, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal dalam *Bikin Kreatif Digital Agency*?
2. Bagaimana faktor penghambat dalam penerapan aliran komunikasi dalam *Bikin Kreatif Digital Agency* muncul?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan aliran komunikasi organisasi pada *Bikin Kreatif Digital Agency*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat bagi ilmu komunikasi. Serta penelitian ini dapat menambah pengetahuan pada teori-teori Komunikasi dan menjadi media untuk meningkatkan pengetahuan mengenai aliran komunikasi, terutama pada aliran komunikasi yang ada dalam suatu organisasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi suatu gambaran mengenai pola aliran komunikasi organisasi perusahaan khususnya pada Bikin Kreatif Digital Agency. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan suatu refleksi mengenai implementasi komunikasi yang terjadi di Bikin Kreatif Digital Agency serta dapat menjadi sarana evaluasi untuk memperbaiki kekurangan dalam aliran komunikasi organisasi pada Bikin Kreatif Digital Agensi agar tercapai komunikasi yang lebih efektif.