

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia tidak dapat melakukan segala sesuatu dalam kehidupannya secara individu. kehidupan manusia selalu cenderung berkelompok-kelompok atau berorganisasi karena mereka membutuhkan dukungan atau motivasi serta bantuan dalam setiap kegiatan yang dilakukan sehari-hari. Manusia dalam membutuhkan bantuan-bantuan tersebut perlu adanya rasa kepercayaan oleh orang-orang sekitar atau kelompoknya yang didasarkan pada kesadaran akan pentingnya bantuan tersebut, di samping itu adanya anggapan akan manfaat dan keuntungan bagi yang dibantu dan bagi kelompok di sekitarnya.

Kelompok atau organisasi adalah sebuah wadah bagi manusia untuk melakukan aktifitas dalam kehidupannya baik itu bekerja, menyalurkan hobi, bahkan sampai kewajiban. Kegiatan bekerja yang dilakukan di dalam kelompok dinamai perusahaan atau lembaga yang meliputi berbagai aturan atau kesepakatan serta kesamaan visi dan misi guna menjaga kelompok bekerja tersebut tetap sejalan dan stabil, untuk menjaga itu semua dibutuhkan sesuatu yang dapat berpengaruh aktif agar tidak terjadi konflik dalam perusahaan.

Menurut Barnard (1938; 91) menjelaskan bahwa dalam sebuah teori organisasi yang tuntas, komunikasi tentu menduduki tempat sentral, karena

struktur, keluasan jangkauan, dan ruang lingkup organisasi hampir sepenuhnya di tentukan oleh teknik-teknik organisasi, banyak spesialisasi dalam organisasi berasal dan pada dasarnya terpelihara disebabkan oleh tuntutan-tuntutan komunikasi.

Penjelasan Barnard tersebut sudah sangat menjawab atas pertanyaan-pertanyaan selama ini tentang bagaimana komunikasi organisasi terbentuk, sebab dalam proses organisasi tanpa di perintah atau di ajarkan komunikasi itu sudah berjalan dan menjadi aspek yang sangat mendasar dalam sebuah organisasi, tidak hanya sebagai penunjang dalam penyampaian pesan saja, lebih dari itu komunikasi organisasi itu terbentuk, diperlukan regulasi yang membatasi bagaimana keefektifan komunikasi organisasi itu menjalankan perannya dalam menjaga organisasi itu sendiri.

Komunikasi organisasi merupakan komponen penting bagi keberlangsungan sebuah perusahaan, lebih mendasar lagi dalam setiap sudut kehidupan manusia tidak dapat terlepas dari interaksi ataupun komunikasi dengan sekitarnya dengan jangkauan yang sangat luas. Proses komunikasi organisasi dapat dilakukan baik secara formal ataupun informal tergantung dari situasi dan kondisi. Pentingnya komunikasi organisasi dalam sebuah perusahaan bukan hanya berguna untuk sebatas menerima atau memberikan pesan saja, komunikasi organisasi juga sangat berperan penting dalam menjaga keharmonisan perusahaan.

Seluruh anggota organisasi dari pimpinan puncak sampai karyawan pelaksana paling bawah diharuskan memiliki kemampuan komunikasi agar dapat

bekerja secara efektif dan efisien demi perkembangan daya saing dan ketahanan perusahaan, kebutuhan terhadap kompetensi komunikasi dalam organisasi berjalan progresif, maka semakin tinggi kedudukan seseorang dalam struktur hierarkis makin besar pula kebutuhan akan kompetensi komunikasi. Berdasarkan hal tersebut seorang pelaku organisasi menjadikan acuan bagaimana pentingnya menjalankan komunikasi organisasi dengan baik dan dapat menghindari konflik internal maupun eksternal yang bisa mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Komunikasi organisasi yang dilakukan seorang pimpinan tentunya harus memiliki latar belakang atau kemampuan yang memenuhi kriteria perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan semua karyawan. Bukan hanya pimpinan saja yang harus bisa melakukan komunikasi organisasi dengan baik, semua anggota dalam perusahaan atau organisasi juga diuntut wajib untuk dapat melakukan hal tersebut dengan baik agar dapat saling bersinergi.

Situasi yang kondusif dan stabil di dalam perusahaan tentunya tidak terlepas dari hubungan komunikasi antara bawahan dengan atasan dan sebaliknya yang berjalan dengan baik, dimana seorang manajer dapat mengatur arus komunikasi kebawah tentunya yang berkaitan dengan kepentingan perusahaan. Arus informasi kebawah digunakan oleh para manajer untuk menyampaikan berbagai jenis pesan komunikasi organisasi. Gibson dan Hodgestts (1991)

Organisasi harus juga melihat aspek komunikasi dari bawah, yakni yang biasa disebut dengan komunikasi dari bawahan ke atasan, dalam sebuah perusahaan tidak hanya seorang atasan saja yang dapat melakukan komunikasi organisasi akan

tetapi bawahan juga bisa untuk melakukan hal tersebut, bedanya mengenai kapasitas atau muatan komunikasinya yang berbeda agar setiap arus komunikasi yang berlangsung tidak menyalahi atau melangkahi norma-norma yang ada di dalam perusahaan. Seorang bawahan ketika tidak di beri kesempatan untuk melakukan komunikasi organisasi, hal ini tentu rawan menimbulkan konflik internal di dalam perusahaan dan bisa saja merambah pada konflik eksternal.

Menurut Gibson dan Hodgetts (1991: 220) dalam komunikasi organisasi strategi dan kompetensi (2016: 149) pesan dalam arus komunikasi ke bawah meliputi hal-hal berikut ;

1. Umpan balik bagi komunikasi ke bawah. Umpan balik adalah ukuran paling baik untuk mengetahui apakah komunikasi ke bawah sudah di terima, akurat, dan dilaksanakan;
2. Keluhan karyawan. Merupakan konsekuensi dari kebijakan komunikasi terbuka, atasan harus mau mendengar keluhan-keluhan terkait fasilitas, tingkat produktivitas kerja, dan pencapaian tujuan;
3. Peningkatan keterlibatan karyawan. Karyawan ingin memuaskan kebutuhan psikologis, khususnya keinginan untuk diperhitungkan dan ikut bertanggung jawab.

Pengertian komunikasi organisasi yang antara lain komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas tersebut menunjukkan bahwa pengertian tersebut menjadi hal yang paling mendasar yang harus dilakukan dalam sebuah perusahaan atau organisasi guna menjaga situasi yang kondusif di internal. Proses komunikasi

organisasi tidak selalu berjalan dengan lancar, nyatanya banyak perusahaan yang hancur karena gagalnya menjalankan komunikasi organisasi dengan benar. Komunikasi organisasi dalam prosesnya banyak sekali terjadi distorsi atau gangguan-gangguan yang berpotensi menjadikan hal tersebut sebagai penghambat dalam berjalannya arus komunikasi organisasi, tinggal bagaimana sebuah perusahaan tersebut pandai dalam mengatur atau menjalankan proses komunikasi organisasi secara baik.

Praktik komunikasi organisasi lebih sering bersifat hubungan interdependen, yaitu hubungan saling membutuhkan dan saling mempengaruhi. Berdasarkan hal tersebut maka kita tidak dapat membayangkan ketika organisasi atau perusahaan yang diterpa kegaduhan komunikasi internal yang saling menyerang, saling memfitnah, dan saling menuduh, masih dapat bekerja efektif dan mencapai sukses. Kesuksesan sebuah organisasi atau perusahaan dapat disimpulkan bahwa merupakan hasil dari proses komunikasi organisasi yang berjalan dengan baik dan efektif.

Organisasi atau perusahaan di zaman modern ini semakin banyak dan berkembang pesat, tentu pemahaman mengenai komunikasi semakin di butuhkan oleh organisasi-organisasi atau para perusahaan tersebut, begitu juga halnya dengan perusahaan pariwisata yang sifatnya untuk menarik masyarakat umum dari kalangan bawah, menengah, sampai ke atas. Strategi pemasaran bukan lagi menjadi satu-satunya faktor yang di butuhkan dalam mencapai sukses menjadi tempat pariwisata yang diminati oleh wisatawan. Manajemen perusahaan yang kuat

dan kondusif, di dalam perusahaan sendiri juga harus sudah tercipta situasi yang harmonis dan tanpa ada konflik yang dapat mengganggu jalannya sebuah perusahaan. Tempat pariwisata sekarang semakin banyak, khususnya di Jawa Timur. menurut Wikipedia ada sekitar 64 tempat pariwisata yang ada di Jawa Timur yang menjadi tempat favorit bagi Wisatawan. Persaingan yang sangat ketat tentunya pasti terjadi antar pengelola pariwisata-pariwisata tersebut guna menjaga minat dan ketertarikan para Wisatawan untuk berkunjung.

Tempat pariwisata yang beberapa tahun terakhir sangat ramai di kunjungi wisatawan salah satunya yang ada di Jawa Timur tepatnya di Kabupaten Lamongan yakni Wisata Bahari Lamongan (WBL), tempat pariwisata yang terhitung berdiri sekitar 13 tahun yang lalu ini menjadi tempat pariwisata yang sangat diminati oleh Wisatawan lokal maupun dari luar daerah Lamongan sendiri. walaupun sudah berdiri sekitar 13 tahun tempat pariwisata tersebut dibidang masih baru karena terdapat tempat pariwisata yang “serupa tapi tak sama” yang telah berdiri lebih dulu di wilayah jawa timur yaitu Jatim Park yang ada di Kota Batu Malang.

Pesona alam yang menyuguhkan keindahan laut dan pantai serta dunia fantasi yang dilengkapi dengan fasilitas pariwisata yang modern menjadikan WBL sebagai tempat wisata yang mempunyai daya tarik tersendiri. Daya tarik yang menjadikan WBL sukses sebagai tempat pariwisata yang sering dikunjungi oleh Wisatawan, ada sesuatu yang menarik untuk dibahas, yakni seperti apa operasional atau komunikasi organisasi perusahaan yang menjalankan fungsinya hingga menjadikan tempat pariwisata ini menjadi salah satu yang terbaik di Jawa Timur.

Menurut informasi yang didapat oleh peneliti bahwa didalam perusahaan manajemen wisata bahari lamongan pernah mengalami konflik internal yang kemudian sempat mengganggu berjalannya fungsi operasional didalam perusahaan. Sehingga, hal tersebut beserta uraian latar belakang diatas menjadikan acuan bagi penulis untuk meneliti bagaimana proses komunikasi organisasi yang sudah dijalankan atau dilakukan oleh pihak manajemen Wisata Bahari Lamongan (WBL) dalam rangka mengendalikan konflik internal.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian sebagai berikut, “Bagaimana proses komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Wisata Bahari Lamongan (WBL) dalam rangka pengendalian konflik internal?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini Untuk mengetahui proses komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Wisata Bahari Lamongan (WBL) dalam rangka pengendalian konflik.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini :

1. Secara akademis, di harapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi penambahan data atau referensi yang berkaitan dengan komunikasi organisasi untuk mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 , khususnya mahasiswa komunikasi.
2. Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pengalaman baru bagi Pihak peneliti serta menamba wawasan bagi penulis yang di peroleh selama duduk di bangku kuliah. dan juga semoga penelitian ini menjadi evaluasi dan pembelajaran bagi Manajemen Wisata Bahari Lamongan.
3. Secara Praktis, manfaat praktis yang diharapkan dapat di ambil dari penelitian ini adalah dapat memberikan kontribusi yang positif tentunya pada bidang tulis menulis karya ilmiah yang berkaitan dengan pembahasan yang diteliti.

1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab penyusunan yakni sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Berisi kerangka umum penulisan skripsi, yaitu :

Latar Belakang Penelitian, Fokus Penelitian (batasan masalah), Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini berisi tentang :

Hasil Penelitian Terdahulu, Teori atau konsep, dan Kerangka Pemikiran, Fokus Penelitian dan Tujuan Penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Berisikan tentang Tipe Penelitian, Peran Peneliti, Lokasi Penelitian, Sumber Data dan Tehnis Pengumpulan Data, Tehnis Analisis Data dan Keabsahan Data.

Bab IV Penyajian Data dan Hasil Penelitian

Menjelaskan secara singkat tentang Wisata Bahari Lamongan, menjelaskan temuan data dari hasil wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi yang akan dikembangkan lebih jauh dengan cara menyajikan temuan data tersebut yang akan diolah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

Bab V Penutup

Penutup ini berisikan tentang kesimpulan peneliti dan rekomendasi tentang proses komunikasi organisasi yang dilakukan oleh Manajemen Wisata Bahari Lamongan.