

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan penyampaian pesan antara komunikator dan komunikan yang menghasilkan suatu tujuan yang diinginkan dalam sebuah interaksi antar manusia. Interaksi manusia yang dilakukan baik secara kelompok, perorangan maupun organisasi akan terjadi dengan adanya komunikasi. Hampir setiap detik manusia melakukan komunikasi dalam kehidupannya sehari-hari. Tanpa komunikasi manusia tidak akan bisa berinteraksi secara efektif. Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri artinya mereka akan saling membutuhkan satu sama lain dan selalu menjalin komunikasi antar sesamanya. Komunikasi yang dilakukan dengan sesamanya tersebut merupakan komunikasi interpersonal yaitu dengan penyampaian suatu pesan dari satu orang ke orang lain yang menghasilkan suatu respon atau umpan balik yang baik yang dapat mendekatkan mereka menjadi hubungan yang erat. Sebaliknya apabila komunikasi yang mereka lakukan tidak direspon dengan baik oleh penerima pesan maka akan menimbulkan hubungan yang renggang artinya mereka bisa merasakan hubungan yang semakin jauh karena pesan yang tidak dapat diterima dengan baik tersebut dan terjadinya komunikasi yang tidak efektif. Komunikasi memiliki peranan penting bagi manusia terutama dalam organisasi. Efektifitas komunikasi interpersonal yang terjadi bisa berupa pandangan Humanistik (keterbukaan, empati, sikap positif, sikap mendukung, kesetaraan).

Dalam komunikasi interpersonal yang terjadi antara seorang atasan dan bawahannya akan berpengaruh pada suatu perusahaan apabila tercipta suatu perbedaan sikap dan persepsi antar karyawan dalam memberikan tanggapan tentang komunikasi interpersonal yang terjadi. Dalam suatu perusahaan terdapat dua jenis karyawan dalam melakukan komunikasi interpersonal, ada karyawan yang memiliki komunikasi interpersonal yang baik yang dilakukan antara atasan dan bawahan, sehingga dalam diri karyawan tersebut akan tercipta rasa percaya diri dalam bekerja serta mereka lebih bertanggung jawab dengan apa yang menjadi kewajiban mereka sebagai karyawan di CV. Mitra Abadi Surabaya, serta seorang

bawahan akan merasa lebih terbuka lagi dalam mengutarakan apa saja hambatan atau kesulitan yang mereka hadapi kepada atasan. Sehingga mereka merasakan bahwa seorang atasan bisa dijadikan tempat untuk sharing dan mengutarakan keluhan yang mereka rasakan serta menciptakan suasana kerja yang nyaman dan meningkatkan rasa kekeluargaan dalam perusahaan tersebut. Dan karyawan yang memiliki sifat kedua ini menjadi sorotan dan harus dihindari para karyawan yaitu karyawan yang memiliki komunikasi interpersonal kurang baik dengan alasan cara kerja mereka yang kurang bertanggung jawab dengan kewajiban yang telah diberikan oleh perusahaan. Sehingga mereka menjadi perhatian khusus dari atasan dan menganggap atasan tidak memiliki rasa adil terhadap karyawan dan mereka merasakan adanya perbedaan dan batasan antara atasan dan bawahan. Sehingga dalam bekerja menjadi tegang dan tidak tenang. Dalam sifat ini karyawan menjadi tidak percaya diri sehingga bawahan tidak bisa memberikan ide-ide baru dan selalu mematuhi yang diperintahkan oleh atasan.

Bagi sebuah organisasi, komunikasi memiliki peranan sebagai pendukung manajemen dan kinerja organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan baik dan berhasil begitu juga sebaliknya, kurang atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet dan berantakan.

Setiap perusahaan mempunyai faktor penentu keberhasilan, salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan tersebut yaitu kinerja dan produktivitas karyawan. Setiap organisasi dalam melaksanakan program yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Salah satunya adalah motivasi kerja karyawan. Strategi (strategy) adalah kerangka acuan yang terintegrasi dan komprehensif yang mengarahkan pilihan-pilihan yang menentukan bentuk dan arah aktivitas-aktivitas komunikasi menuju pencapaian tujuan-tujuannya. (Henry Simamora, 1997:38). Sedangkan pengertian kinerja (prestasi kerja) merupakan hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang karyawan dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya (Anwar Prabu Mangkunegara, 2005:67). Kinerja pada dasarnya adalah apa yang dilakukan untuk tidak dilakukan karyawan sehingga mereka mempengaruhi seberapa banyak mereka memberi kontribusi kepada instansi atau organisasi termasuk pelayanan kualitas yang di sajikan. Strategi kinerja adalah cara perusahaan untuk memotivasi kinerja karyawan agar tujuan perusahaan

dapat tercapai. Agar strategi dalam memotivasi kinerja tersebut berhasil maka perusahaan perlu mengetahui sasaran kinerja. Sasaran kinerja yang ditumbuhkan dari dalam diri karyawan akan membentuk suatu kekuatan diri dan jika situasi lingkungan kerja turut menunjang maka pencapaian kinerja akan lebih mudah (Anwar Prabu Mangkunegara, 2005:68).

Setiap aktivitas yang berada di dalam perusahaan membutuhkan yang namanya motivasi kerja, tanpa adanya motivasi kerja perusahaan tidak akan berjalan dengan baik. Karena dengan motivasi karyawan bisa lebih senang dan lebih semangat untuk melakukan pekerjaan dan membangun ide-ide baru demi kemajuan perusahaan. Oleh karena itu sangat dibutuhkan kemampuan berkomunikasi khususnya bagi seorang atasan untuk lebih pintar dalam memberikan motivasi kepada karyawan yang kurang produktif dalam bekerja sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih baik terhadap perusahaan. Efektifitas sistem komunikasi berdampak terhadap keefektifan organisasi. Untuk berkomunikasi dengan efektif, maka diperlukan pemahaman atas proses komunikasi. Komunikasi tidak bisa diterapkan melalui cara yang sama bagi setiap orang. Komunikasi dapat dibedakan menjadi dua kategori yaitu Komunikasi Intrapersonal (dalam diri sendiri) dan Komunikasi Interpersonal (antar pribadi). (Bonner, 1992:6).

CV. Mitra Abadi adalah bagian dari Mitra Abadi Group yang memfokuskan diri sebagai perusahaan yang menyediakan produk bahan bangunan seperti atap metal dan kuda-kuda, baja ringan, keramik dan granit sampai dengan kebutuhan sanitary. Mitra Abadi Group sendiri bekerja sama dengan PT. Tatalogam Lestari yang berada di Surabaya tepatnya jl. Ngagel Jaya 57 Surabaya. Produk-produk yang diunggulkan dari perusahaan ini yaitu produk yang sudah dikenal oleh masyarakat seperti Multiroof, Suryarroof, Sakurarroof dan TASO. Produk ini sudah meraih penghargaan ReBi sebagai produsen genteng metal dan baja ringan terbesar di Indonesia. Sama seperti perusahaan lain CV. Mitra Abadi juga memiliki hierarki atasan dan bawahan didalam struktur organisasinya untuk menggerakkan semua aktivitas yang berada di dalam perusahaan tersebut seperti aktivitas koordinasi, perencanaan dan pengawasan yang semestinya didalam pelaksanaan aktivitas tersebut membutuhkan suatu komunikasi dari atasan kepada bawahannya.

Adapun alasan peneliti menetapkan objek penelitiannya di CV. Mitra Abadi dikarenakan perusahaan ini merupakan bagian dari Mitra Abadi Group yang berdiri sejak 2003 yang bekerja sama dengan PT. Tatalogam Lestari. PT. Tatalogam Lestari sendiri sudah berdiri sejak tahun 1994 yang masih mampu bertahan dan semakin maju serta bisa mempertahankan produk-produk yang dihasilkan menjadi produk terbesar di Indonesia, selain itu menjadi top brand 2012-2016 meskipun persaingan yang semakin banyak dalam bidang yang sama. Meluasnya perusahaan-perusahaan dibidang bahan bangunan tidak membuat CV. Mitra Abadi kesulitan untuk terus memajukan perusahaannya bahkan CV. Mitra Abadi semakin gigih dalam menghadapi persaingan-persaingan yang semakin meningkat.

Dalam mencapai kesuksesan CV. Mitra Abadi tidak berjalan dengan mulus begitu saja tetapi dibutuhkan SDM yang berkualitas dan kompeten, selain itu dibutuhkan juga motivasi kerja yang baik dari tenaga kerjanya agar mencapai tujuan perusahaan yang diinginkan. Hal ini tentu tidak terlepas dari pelaku organisasi didalamnya, dalam menjalankan peran dan tanggungjawabnya masing-masing terkait dengan komunikasi interpersonal yang dilakukan untuk menjaga kesolidan tim kerjanya. CV. Mitra Abadi Surabaya adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang bahan bangunan yang sedang bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya di bidang yang sama dan boleh jadi juga perusahaan mengalami problem dalam komunikasi interpersonal antara atasan-bawahan sehingga proses pencapaian tujuan perusahaan menjadi terhambat, karena baik atasan sendiri maupun para pegawai mempunyai masalah berkenaan dengan tugas maupun menyangkut di luar tugas masing-masing. Tidak dapat dipungkiri bahwa para pegawai juga mempunyai uneg-uneg berkenaan dengan tugas yang di embankan kepada mereka, maupun tentang peraturan yang di berlakukan pada perusahaan. Hal ini sangat penting diketahui oleh atasan untuk menunjang kelancaran proses komunikasi interpersonal untuk motivasi kerja pegawai baik dalam hal peningkatan kualitas SDM dan pekerjaannya maupun peningkatan ke disiplinian para pegawai itu sendiri. Tetapi sepanjang ini belum ada yang meneliti tentang komunikasi interpersonal atasan-bawahan untuk motivasi kerja karyawan di CV. Mitra Abadi Surabaya, apakah proses komunikasi itu berjalan dengan baik dan lancar apa malah terhambat dan sebagainya. Begitu juga hal nya bagaimana motivasi kerja para pegawai berkenaan dengan kualitas pekerjaan maupun ke disiplinian mereka dalam kesehariannya. Masalah ini sangat penting

mengingat CV. Mitra Abadi adalah distributor bahan bangunan yang namanya sudah di kenal oleh masyarakat. Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk meneliti masalah ini dan ingin mengetahui bagaimana efektifitas komunikasi interpersonal atasan bawahan untuk motivasi kerja karyawan di perusahaan tersebut yang pada akhirnya berpengaruh terhadap pencapaian tujuan perusahaan yang diinginkan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan yang dikemukakan oleh penulis adalah: “Bagaimana efektifitas komunikasi interpersonal atasan bawahan untuk motivasi kerja karyawan di CV. Mitra Abadi Surabaya?”

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini digunakan untuk mempermudah penulis dalam menganalisa hasil penelitian. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui efektifitas komunikasi interpersonal atasan bawahan yang mempunyai peranan penting untuk motivasi kerja karyawan diperusahaan CV. Mitra Abadi Surabaya.

1.4 Definisi Konsep

1.4.1 Teori komunikasi

Rogers & D. Laurence Kincaid, 1981, Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

1.4.2 Komunikasi interpersonal

Agus M. Hardjana (2003: 85) mengatakan, komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang , dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

1.4.3 Komunikasi organisasi

Katz dan Kahn mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi.

1.4.4 Teori motivasi

Teori motivasi menurut Abraham Maslow yaitu teori motivasinya didasarkan atas tingkat kebutuhan yang disusun menurut prioritas kekuatannya yang terdiri dari 5 kategori yaitu:

- a Kebutuhan fisiologi (*physiological needs*)
- b Kebutuhan rasa aman (*safety needs*)
- c Kebutuhan akan sosialisasi (*social need or affiliation*)
- d Kebutuhan penghargaan (*esteem needs*)
- e Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization needs*).

1.4.5 Karyawan

Karyawan adalah orang dimana keberadaannya berada didalam suatu organisasi atau perusahaan yang statusnya memiliki atasan dan mempunyai suatu kewajiban untuk membantu tugas dari pimpinan atau perusahaan.

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penegasan arti variable yang dinyatakan dengan cara tertentu untuk mengukurnya (Kerlinger, 1990). Definisi operasional ini ditujukan untuk menghindari kesalahpahaman dan kekeliruan mengenai data yang akan dikumpulkan . Oleh karena itu agar konsep dalam suatu penelitian mempunyai batasan yang jelas dalam pengoperasiannya, maka dibutuhkan suatu definisi operasional dari masing-masing variable.

Definisi operasional dari masing-masing variable adalah:

1. Variabel komunikasi interpersonal (X)

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka dalam bentuk percakapan maupun tindakan sehingga menimbulkan rasa aman dalam berinteraksi. Aspek-aspek yang diukur berdasarkan indikator komunikasi interpersonal yaitu:

a. Keterbukaan

Keterbukaan yaitu kesediaan untuk membuka diri, berinteraksi dengan orang lain, memberikan pendapat dan menyimak.

b. Empati

Empati yaitu dimaksudkan untuk ikut merasakan sebagaimana yang sedang dirasakan oleh orang lain

c. Dukungan

Dukungan yaitu hubungan dimana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Memiliki perhatian dan keterpedulian terhadap orang lain

d. Kepositifan

Kepositifan yaitu dalam komunikasi interpersonal harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga terhadap diri sendiri dan orang lain, mendorong orang lain untuk lebih aktif dalam berkomunikasi, dan memberikan pujian yang jujur terhadap lawan bicaranya.

e. Kesetaraan

Kesetaraan yaitu sikap yang berupa pengakuan atau kesadaran untuk menempatkan diri setara dengan partner komunikasi. Memperlakukan orang lain dengan baik dan menghormati perbedaan pendapat.

Tabel 1.5.1 Definisi Operasional Variabel Komunikasi Interpersonal (X)

Variabel	Indikator	Ukuran/Data
Komunikasi Interpersonal	Keterbukaan	<ul style="list-style-type: none"> • Ketersediaan membuka diri • Interaksi dengan orang lain • Memberikan pendapat dan menyimak
	Empati	<ul style="list-style-type: none"> • Memahami dan merasakan perasaan orang lain
	Dukungan	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki perhatian dan keterpedulian terhadap orang lain
	Kepositifan	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki rasa positif terhadap diri sendiri dan orang lain • Mendorong orang lain lebih aktif dalam berkomunikasi • Memberikan pujian dengan jujur terhadap lawan bicaranya
	Kesetaraan	<ul style="list-style-type: none"> • Memperlakukan orang lain dengan baik • Menghormati perbedaan pendapat

1. Variabel Motivasi Kerja (Y)

Teori motivasi yang sangat dikenal adalah teori kebutuhan yang dikemukakan oleh Abraham Maslow. Menurut Maslow bahwa setiap diri manusia itu terdiri atas lima kebutuhan yaitu:

- a. Kebutuhan fisiologi (*physiological needs*) yaitu kebutuhan untuk hidup terus. Kebutuhan ini adalah upah, sandang, pangan, rekreasi, atasan menjalin hubungan baik dengan bawahannya, dan sebagainya.
- b. Kebutuhan rasa aman (*safety needs*) yaitu dimana individu dalam memenuhi kebutuhan ini berusaha menghindari keadaan yang membahayakan. Kebutuhan ini adalah kesehatan, jaminan keselamatan kerja, situasi kerja, dan dana pensiun
- c. Kebutuhan akan sosialisasi (*social need or affiliation*) merupakan kebutuhan akan kasih sayang dan keinginan orang untuk berpartisipasi

- untuk dipersamakan dengan kelompok. Kebutuhan ini adalah keaktifan, dan partisipasi
- d. Kebutuhan penghargaan (*esteem needs*) yaitu kebutuhan untuk menerima pengakuan dan penghargaan dari orang lain. Kebutuhan ini adalah pemberian hadiah dan penghargaan.
 - e. Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization needs*) yaitu kebutuhan untuk mengembangkan diri dan menjadi orang sesuai apa yang diinginkan atau dicita-citakan. Kebutuhan ini adalah pencapaian target, tingkat kehadiran di perusahaan, pelatihan memperdalam pengetahuan sesuai bidang pekerjaan, dan pendidikan.

Tabel 1.5.2 Definisi Operasional Variabel Motivasi Kerja (Y)

Variabel	Indikator	Ukuran/Data
Motivasi Kerja	Kebutuhan Fisiologis	<ul style="list-style-type: none"> • Upah • Sandang • Pangan • Rekreasi • Atasan menjalin hubungan baik dengan Bawahannya
	Kebutuhan rasa Aman	<ul style="list-style-type: none"> • Jaminan keselamatan kerja • Kesehatan • Situasi kerja • Dana pensiun
	Kebutuhan akan Sosialisasi	<ul style="list-style-type: none"> • Keaktifan • Partisipasi
	Kebutuhan Penghargaan	<ul style="list-style-type: none"> • Penghargaan • Pemberian hadiah
	Kebutuhan aktualisasi diri	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan dari perusahaan kepuasan menyelesaikan pekerjaan • Pendidikan • Pencapaian target • Tingkat kehadiran di perusahaan

1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami efektifitas komunikasi interpersonal atasan bawahan untuk motivasi kerja karyawan pada perusahaan CV. Mitra Abadi Surabaya.

1.7 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi mahasiswa yang mengadakan penelitian dengan permasalahan yang sama dimasa mendatang serta menambah wawasan yang berhubungan dengan pembendaharaan kepustakaan dibidang ilmu komunikasi khususnya tentang efektifitas komunikasi interpersonal atasan bawahan untuk motivasi kerja karyawan disuatu perusahaan.
- b. Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada manajemen CV. Mitra Abadi tentang efektifitas komunikasi interpersonal atasan bawahan untuk motivasi kerja karyawan serta untuk memenuhi dan melengkapi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

1.8 Sistematika Pembahasan

Pembahasan yang digunakan dalam penelitian ini akan dijabarkan tentang sistematika penulisan yang disesuaikan dengan pedoman penulisan yang ada selama ini, kemudian dari pembahasan ini dapat memberikan suatu gambaran singkat tentang penelitian yang terdiri dari 5 bab yaitu sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Bab I adalah pendahuluan yang merupakan suatu penjelasan singkat mengenai kegiatan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, fokus penelitian, definisi konsep, definisi

operasional,tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan kemudian ditutup dengan sistematika pembahasan.

Bab II : Kajian Pustaka

Bab II adalah kajian pustaka yaitu menguraikan hasil penelitian terdahulu, landasan teori yang menggambarkan secara garis besar tentang teori komunikasi, komunikasi organisasi, komunikasi interpersonal, efektivitas komunikasi interpersonal dan kerangka dasar pemikiran.

Bab III : Metode Penelitian

Bab III adalah metode penelitian yaitu menjelaskan langkah-langkah yang berhubungan dengan bagaimana penelitian tersebut dilakukan. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dimana penelitian ini memiliki tujuan sejalar dengan rumusan masalah dan identifikasi masalah. Hal ini dikarenakan tujuan dari penelitian ini akan menjawab pertanyaan yang sebelumnya dikemukakan oleh rumusan masalah dan identifikasi masalah.

Bab IV : Diskripsi Obyek, Penyajian Data dan Pembahasan

Bab IV adalah menjelaskan diskripsi obyek yang mencakup gambaran umum obyek penelitian dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang kondisi dan gambaran umum obyek penelitian yaitu CV. Mitra Abadi Surabaya, penyajian data yang berisi penyajian dan analisa data tentang efektivitas komunikasi interpersonal atas bawahan untuk motivasi kerja karyawan CV. Mitra Abadi Surabaya,dan pembahasan.

Bab V : Penutup

Bab V adalah penutup yaitu yang berisi tentang kesimpulan peneliti yang diambil dari hasil penelitian dan memberikan saran untuk dijadikan bahan pengembangan efektivitas komunikasi interpersonal yang memiliki peranan penting untuk menunjang motivasi kerja karyawan dalam sebuah perusahaan.