

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi, komunikasi menjadi perhatian bagi publik karena komunikasi telah berevolusi seiring dengan kemajuan teknologi modern. Saat ini sudah sangat mudah bagi manusia dalam berkomunikasi tanpa harus terhalang oleh jarak. Oleh karena itu manusia dituntut untuk memiliki keterampilan dalam berkomunikasi agar menciptakan komunikasi yang efektif guna mengurangi kesalahpahaman dalam berinteraksi.

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi biasa digunakan untuk membangun relasi terhadap lingkungan sekitar. Dengan adanya relasi, seseorang akan lebih mudah menjalani kehidupannya karena individu tidak dapat hidup seorang diri saja. Dalam kehidupan bermasyarakat pun kita juga harus menciptakan komunikasi yang baik terhadap keluarga, teman, maupun orang lain. Meskipun pandemi COVID-19 menyebabkan banyak perubahan, orang-orang yang seharusnya berinteraksi secara bebas dibatasi untuk berbicara secara langsung. Kurang interaksi dapat menyebabkan masalah seperti kesepian, stres, dan kecemasan.

Komunikasi sangat diperlukan untuk kelangsungan hidup perusahaan. Menurut Polii et al (2019) Komunikasi adalah kegiatan pertukaran informasi, ide ataupun opini dari masing-masing peserta komunikasi untuk mencapai arti yang

sama. Komunikasi dalam perusahaan mempunyai fungsi untuk memberikan informasi penting khususnya mengenai tugas dalam bekerja kepada seluruh anggota perusahaan agar mereka dapat memperoleh informasi yang akurat dan bekerja sesuai dengan arahan yang diberikan. Jika instruksi yang diberikan tidak sesuai maka hasil pekerjaan dari pekerja tersebut tidak maksimal dan merugikan bagi perusahaan.

Dengan komunikasi yang baik dan lancar, Organisasi nantinya mampu berjalan secara efektif begitupun sebaliknya, kurang atau tidak adanya komunikasi akan merugikan dan menghambat proses kerja dalam perusahaan. (Riris et al., 2019). Menurut Wilinny et al (2019) Suatu komunikasi dapat terlaksana baik jika isi pesan yang diberikan sama dengan motivasi dari penerima. Seseorang yang menyimpan prasangka terhadap pengirim pesan mungkin membuat komunikasi menjadi tidak efisien karena prasangka menyebabkan orang membuat penilaian cepat tanpa menggunakan kepala dingin mereka. Komunikasi yang buruk dalam perusahaan menyebabkan kurangnya produktivitas, suasana kerja tidak nyaman, berkurangnya semangat kerja karyawan, dan timbulnya konflik perselisihan. Sering kali terjadi perselisihan dalam perusahaan karena adanya perbedaan pendapat dan *misscommunication* (kekeliruan dalam komunikasi) baik antara direktur dan karyawan maupun sesama rekan kerja. Perselisihan yang terjadi akan menghambat aktifitas di dalam perusahaan.

Untuk menghindari dan meminimalisir kesalahpahaman, maka perusahaan perlu untuk membangun serta menjaga komunikasi. Salah satu strategi untuk menciptakan tempat kerja yang positif adalah dengan meningkatkan dan

memelihara interaksi positif. Dengan terjalinnya komunikasi, nantinya ilmu yang akan diperoleh menjadi lebih luas dan bervariasi (Safitri et al., 2019). Dengan adanya interaksi positif dari sesama karyawan maka akan terjalin hubungan yang baik antar karyawan dan terciptanya suasana yang harmonis dalam perusahaan.

Motivasi dan komunikasi merupakan dua hal yang erat kaitannya satu sama lain. Semua karyawan harus mengalami tingkat motivasi kerja yang lebih tinggi sebagai hasil dari komunikasi yang berhasil. Kata motivasi berasal dari kata motif yang lebih sederhana, yang menunjukkan emosi, keinginan, dan dorongan untuk bertindak (Rivaldo et al., 2021). Dengan adanya motivasi, seorang karyawan akan mengerjakan pekerjaannya lebih maksimal, sebaliknya jika tidak ada motivasi maka kinerja seseorang akan menurun dan berdampak buruk kepada perusahaan. Motivasi mengacu pada arah perilaku, kekuatan respon tindakan, kegigihan perilaku dari waktu ke waktu, perilaku dan prestasi (Mustaqim, 2018).

Semakin besar motivasi seseorang maka semakin besar pula hasrat seseorang dalam mencapai tujuan suatu organisasi maupun perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus menilai masalah motivasi, meningkatkan motivasi karyawan merupakan tugas dan kewajiban manajemen sumber daya manusia. Motivasi karyawan dapat ditingkatkan melalui interaksi kerja dan lingkungan kerja yang kondusif (Rivaldo et al., 2021).

Menurut Harahap et al (2021) Motivasi merupakan tolak ukur waktu seseorang dalam menjaga usahanya. Pengertian ini berarti juga kalau motivasi dapat berubah seiring berjalannya waktu. Permasalahan motivasi kerja yang sering

menjadi masalah dalam suatu perusahaan juga bisa terjadi pada PT Duma Anugerah Mandiri, setelah peneliti melakukan observasi awal pada perusahaan tersebut, diduga adanya perubahan dalam motivasi yaitu berkurangnya semangat kerja karyawan dalam bekerja dikarenakan kurangnya arahan dari atasan dan pekerjaan yang dilakukan tidak sesuai antara background pendidikan dengan divisinya hal itu menyebabkan kurangnya pengetahuan karyawan.

Peneliti tertarik untuk meneliti "Peranan Komunikasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja di PT. Duma Anugerah Mandiri" dengan memperhatikan konteks yang telah dikemukakan di atas.

1.2 Batasan Masalah

Peneliti menetapkan batasan topik berdasarkan identifikasi isu-isu tersebut di atas untuk mencegah percakapan membelok dari tema utama isu tersebut.

1. Peranan komunikasi untuk meningkatkan motivasi karyawan pada PT. Duma Anugerah Mandiri
2. Faktor-faktor pendukung dalam meningkatkan motivasi karyawan
3. Hambatan atau kendala dalam berkomunikasi antar karyawan di PT. Duma Anugerah Mandiri
4. Tanggapan karyawan mengenai efektivitas komunikasi dalam meningkatkan motivasi kerja

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian pada penelitian ini adalah komunikasi dan motivasi.

1.4 Subfokus Penelitian

Sub fokus penelitian adalah sudut tinjauan dari fokus masalah. Berikut sub fokus komunikasi dan motivasi.

1.4.1 Subfokus Komunikasi

a. Komunikator

Individu atau entitas yang bertindak sebagai komunikator dalam suatu proses komunikasi. Alternatifnya, komunikator adalah orang atau sekelompok orang yang memutuskan untuk bertindak sebagai sumber pesan selama proses komunikasi.

b. Pesan

Inti dari setiap proses komunikasi yang dibangun adalah isi dari informasi yang dikomunikasikan. Pesan adalah bagian dari proses komunikasi sebagai gabungan antara pikiran dan perasaan dengan menggunakan simbol, bahasa atau simbol lain yang disampaikan kepada orang lain.

c. Media

Alat untuk menyampaikan pesan dalam komunikasi. Kata “media” berasal dari bahasa Latin yang adalah bentuk jamak dari kata “medium”. Media berarti perantara, perantara antara sumber pesan dan penerima pesan.

d. Komunikan

Dari seorang komunikator, seseorang menerima pesan atau informasi. Pendengar, penerima, pembaca, pemirsa, khalayak, atau dekoder

adalah istilah umum yang digunakan untuk menggambarkan komunikasi.

Seorang individu, kelompok, atau organisasi dapat menjadi komunikasi.

e. Efek

Effect atau dampak yang menyebabkan perubahan penerima (audience) dari pesan yang dikirimkan.

1.4.2 Subfokus Motivasi

a. Kebutuhan

Kebutuhan muncul dari dalam diri sendiri apabila orang tersebut merasa ada kekurangan dari dalam dirinya. Kebutuhan tersebut dibutuhkan guna mempertahankan kelangsungan hidupnya untuk mencapai kemakmuran.

b. Dorongan

Upaya untuk memperbaiki ketidakseimbangan sering kali menimbulkan dorongan.

c. Rangsangan

Sesuatu yang cenderung meningkatkan rasa semangat seseorang dalam mengejar tujuan.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana peranan komunikasi dalam meningkatkan motivasi karyawan pada PT. Duma Anugerah Mandiri
2. Faktor-faktor pendukung dalam meningkatkan motivasi karyawan
3. Hambatan atau kendala apa saja yang dialami para karyawan dalam berkomunikasi
4. Bagaimana tanggapan karyawan mengenai efektifitas komunikasi dalam meningkatkan motivasi kerja

1.6 Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui peranan komunikasi dalam meningkatkan motivasi karyawan pada PT. Duma Anugerah Mandiri
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung komunikasi dalam meningkatkan motivasi karyawan
3. Untuk mengetahui hambatan atau kendala apa saja yang dialami para karyawan dalam berkomunikasi
4. Untuk mengetahui tanggapan karyawan mengenai efektivitas komunikasi dalam meningkatkan motivasi kerja

1.7 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini antara lain :

1. Bagi Perusahaan, Temuan penelitian ini dapat dipertimbangkan ketika sebuah perusahaan memutuskan untuk mengubah kebijakannya, terutama dalam hal bagaimana komunikasi memengaruhi motivasi karyawan.
2. Bagi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, sebagai wadah untuk mendorong mahasiswa untuk melanjutkan penelitian tentang bagaimana komunikasi dapat meningkatkan motivasi kerja
3. Bagi Peneliti, memperluas pemahaman, keahlian, dan pengalaman perusahaan tentang efek fungsi komunikasi dalam meningkatkan motivasi kerja.

1.8 Sistematika Penulisan

Penulisan proposal skripsi ini memanfaatkan sistematika penulisan supaya mudah dimengerti dan memudahkan penyusunannya. Berikut ini adalah bentuk sistematika penulisan skripsi yang terdiri dari:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas konteks rumusan masalah, tujuannya, kelebihan studi, batasannya, dan isu-isu yang berulang dalam pembuatan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Topik penelitian secara keseluruhan dan model konseptual umum penelitian tercakup dalam literatur bab ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang rancangan penelitian, tahapan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai profil organisasi atau perusahaan, hasil analisis data, dan pembahasan hasil riset.

BAB V : HASIL PEMBAHASAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran terhadap riset yang dilakukan.