

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat sekarang ini, tidak dapat dipungkiri bahwasanya komunikasi merupakan salah satu faktor penting dalam menunjang kemajuan perusahaan. Dengan di dukung oleh kemajuan teknologi yang begitu pesat, maka komunikasi pun berkembang semakin maju. Salah satu bentuk komunikasi yang efektif dalam internal perusahaan adalah komunikasi organisasi.

Komunikasi organisasi ialah “suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal” (Romli, 2014: 11). Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelolaan, komunikasi *downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

Agar tercipta suatu komunikasi yang harmonis diperlukan gaya kepemimpinan yang baik dari seorang pimpinan dari perusahaan tersebut, karena tidak dapat dipungkiri lagi, komunikasi dalam organisasi akan baik jika pemimpin perusahaan dapat menerapkan gaya kepemimpinan yang baik juga untuk meningkatkan kinerja karyawan perusahaan itu sendiri.

Menurut Terry, pemimpin yang baik itu memiliki emosi yang stabil. Artinya dia tidak mudah marah, tersinggung perasaan, dan tidak meledak-ledak

secara emosional. Ia menghormati martabat orang lain, toleran terhadap kelemahan orang lain dan bisa memaafkan kesalahan-kesalahan yang tidak terlalu prinsipil. Semua itu di arahkan untuk mencapai lingkungan sosial yang rukun damai, harmonis, dan menyenangkan. Lingkungan sosial disini ialah lingkungan internal organisasi yang dialami oleh anggota-anggotanya, mempengaruhi tingkah laku mereka serta dapat di uraikan dalam istilah nilai-nilai umum, norma, sikap, tingkahlaku dan perasaan anggota terhadap sistem sosial.

Kepala pasar Pasar Kranji sangat tegas seperti selalu memberikan informasi dalam bentuk lisan maupun tulisan kepada pegawainya, selalu memberikan arahan kepada pegawai, memberikan sanksi kepada pegawai jika pegawai datang tidak tepat waktu dan sikap pegawai pun berubah.

Faider (1967) dalam pace (1993: 208) dalam teori kebergantungan mengatakan bahwa situasi yang efektif yang berkaitan dengan atau bergantung pada situasi ketika kepemimpinan berdasarkan pada konsep kebergantungan pada situasi ketika kepemimpinan tersebut dilaksanakan. Situasi disini adalah lingkungan internal organisasi.

Menurut siagian gaya kepemimpinan adalah kemampuan seseorang untuk mempengaruhi orang lain (para bawahan) sedemikian rupa sehingga orang lain itu mau melakukan kehendak pemimpin meskipun secara pribadi hal itu mungkin tidak di senangnya. Sentanu (1998: 225). Kartini dalam bukunya bahwa gaya kepemimpinan meliputi gaya deserter (pembelot), gaya birokrat, dan gaya misionaris (missionary).(2004: 35).

Menurut Tagiuri iklim komunikasi adalah kualitas yang relatif abadi dari lingkungan internal organisasi yang dialami oleh anggota-anggotanya,

mempengaruhi tingkah laku mereka serta dapat di uraikan dalam istilah nilai-nilai suatu set karakteristik tertentu dari lingkungan. Arni Muhamad (2005 : 82). Menurut Goldhaber dimensi penting dalam iklim komunikasi adalah partisipasi membuat keputusan, kepercayaan dan keterbukaan. Soemirat.(2000:6.9).

Kaitannya dengan penelitian ini, Pasar Kranji Baru merupakan pasar yang penulis amati kesehariannya, karena penulis sendiri bekerja di Pasar tersebut. Penulis mengamati bahwa terdapat situasi kerja yang cenderung kurang kondusif, banyaknya pegawai yang datang tidak tepat waktu. Hal tersebut mendorong penulis dalam melakukan penelitian ini, dengan memfokuskan pada gaya kepemimpinan yang terdapat pada Pengelolaan Pasar Kranji Baru.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mendapatkan penelitian yang memfokuskan kepada pengaruh gaya kepemimpinan terhadap iklim komunikasi pegawai di Pasar Kranji Baru, Bekasi Barat.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah untuk mengetahui **“Bagaimana Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Iklim Komunikasi Pegawai Pasar Kranji Baru Bekasi”**.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, penulis mengidentifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh gaya desarter terhadap iklim komunikasi Pegawai Pasar Kranji Baru Bekasi?
2. Apakah ada pengaruh gaya birokrat terhadap iklim komunikasi Pegawai Pasar Kranji Baru Bekasi ?

3. Apakah ada pengaruh gaya misionaris terhadap iklim komunikasi pegawai Pasar Kranji Baru Bekasi.

1.4 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini mengenai ruang lingkup gaya kepemimpinan dan iklim komunikasi pegawai di Pasar Kranji Baru Bekasi.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah :

1. Untuk Mengetahui Apakah ada pengaruh gaya deserter terhadap iklim komunikasi Pegawai Pasar Kranji Baru Bekasi.
2. Untuk Mengetahui Apakah ada pengaruh gaya birokrat terhadap iklim komunikasi Pegawai Pasar Kranji Baru Bekasi.
3. Untuk Mengetahui Apakah ada pengaruh gaya misionaris terhadap iklim komunikasi pegawai Pasar Kranji Baru Bekasi.

1.6 Manfaat Penelitian

Sehubungan dengan latar belakang yang telah penulis sampaikan, banyak sekali manfaat yang bisa diambil dari penelitian ini, yang penulis rangkum antara lain :

1. Secara teoritis, hasil penulisan ini bisa dijadikan masukan secara akademis dalam pengembangan ilmu komunikasi.
2. Secara praktis, hasil penelitian ini diupayakan mampu memberikan sumbangsih kepada manajemen Pasar Kranji Baru Bekasi dalam meningkatkan iklim komunikasi yang ada.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan skripsi, manfaat skripsi dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini menerangkan tentang konsep-konsep atau teori yang umum dan relevan mengenai definisi pengaruh, definisi gaya, definisi kepemimpinan, definisi gaya kepemimpinan, definisi terhadap, definisi iklim, definisi komunikasi, definisi iklim komunikasi, definisi pegawai, penjelasan mengenai hipotesa dan kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang definisi metodologi, definisi penelitian, definisi metodologi penelitian, macam-macam metodologi penelitian, definisi metode kuantitatif, definisi populasi, definisi sampling, definisi oprasional variabel, definisi validitas dan reliabilitas, teknik pengumpulan data dan rencana analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan sejarah Pasar Kranji Baru, Bekasi, visi dan misi, struktur organisasi, serta pembahasan mengenai pengaruh gaya kepemimpinan terhadap iklim komunikasi pegawai Pasar Kranji Baru, Bekasi.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian skripsi ini.

