

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi sudah tidak dapat dihindari lagi bagi kelangsungan hidup manusia, baik dalam kegiatan individu maupun kegiatan organisasi. Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan komunikasi untuk melangsungkan kehidupannya.

Komunikasi itu sendiri didefinisikan oleh Tubbs dan Moss yaitu komunikasi sebagai proses penciptaan makna antara dua orang (komunikator 1 dan komunikator 2) atau lebih. (Mulyana, 2007:65). Adapun menurut Harold Laswell, cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut. “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect*” atau “Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana”. (Mulyana, 2007 : 69).

Dalam kegiatan yang bersifat individu manusia sebagai makhluk sosial dipastikan akan selalu berkomunikasi dengan individu lainnya. Begitu pun dalam kegiatan berorganisasi, setiap kegiatan organisasi dapat dipastikan menggunakan komunikasi didalamnya. Karena, komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi antara individu dengan individu lain dalam satu ruang lingkup yang dinamakan organisasi. Komunikasi organisasi pun dapat diartikan sebagai pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Organisasi sangat diperlukan dalam kegiatan bekerja. Dalam suatu pekerjaan, terdapat dua unsur yang harus diperhatikan yaitu antara pemimpin dan yang dipimpin. Proses komunikasi yang baik antara kedua belah pihak itulah yang menentukan keberhasilan suatu kegiatan ataupun rencana. Diantara kedua belah pihak itu pun harus terjalin komunikasi dua arah. Untuk itu diperlukan kerjasama yang baik antar kedua belah pihak dengan harapan untuk mencapai cita-cita organisasi guna mencapai tujuan organisasi. Dalam kehidupan berorganisasi setiap individu harus saling mengenal satu sama lain melalui komunikasi.

Dalam kegiatan organisasi komunikasi menjadi kunci utama keberhasilan dalam mencapai tujuan. Setiap individu dalam organisasi memiliki gaya dalam berkomunikasi yang berbeda-beda. Dalam organisasi perusahaan contohnya, gaya komunikasi yang diterapkan oleh atasan kebawah berdampak pada tingkat kenyamanan bawahan dalam lingkungan pekerjaan. Sehingga pesan yang disampaikan dapat terlaksana dengan baik. Gaya komunikasi yang diterapkan sangatlah mempengaruhi individu yang menerima pesan tersebut.

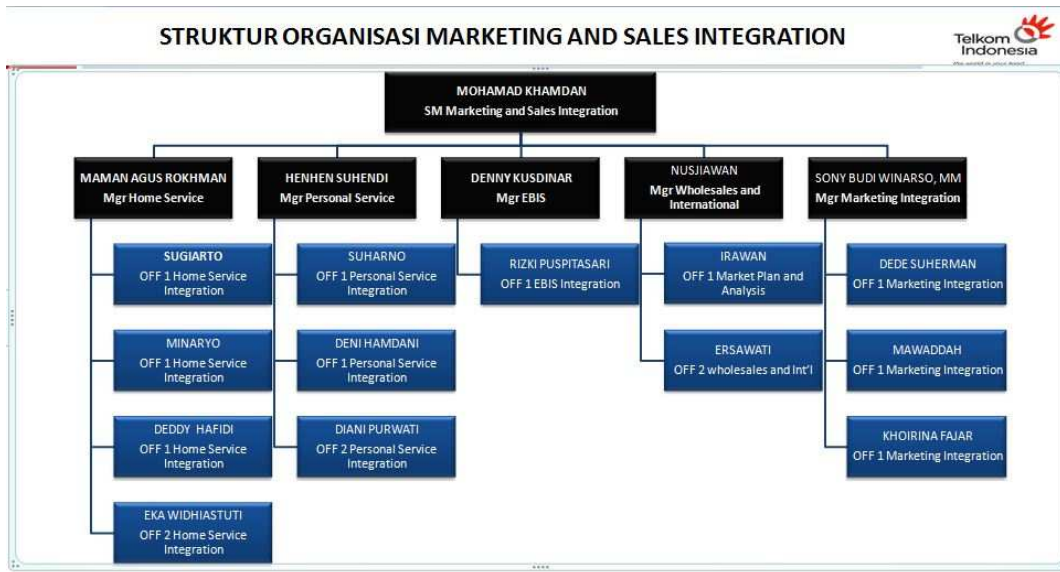
Salah satu organisasi yang sangat memerlukan komunikasi untuk menunjang kegiatan mereka adalah perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia (PT.Telkom). PT.Telkom yaitu perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi dan teknologi yang merupakan salah satu perusahaan BUMN di Indonesia. PT.Telkom adalah perusahaan pioneer dan perusahaan terbesar dalam kegiatan telekomunikasi yang ada di Indonesia. PT. Telkom dapat dikatakan pioneer dan perusahaan besar di Indonesia. Karena, PT.Telkom memiliki produk-produk unggulan di bidang telekomunikasi seperti IndiHome dan Indonesian Wifi selain itu pun memiliki wilayah yang sangat luas dan tersebar di seluruh penjuru Indonesia.

Dalam melaksanakan kegiatan pemasaran dan pemeliharaan produknya. PT.Telkom membentuk 7 Divisi Regional (DIVRE) yang tersebar di seluruh Indonesia. Untuk pemasaran dan pemeliharaan produk di wilayah Jawa Barat, PT.Telkom membentuk Divisi Regional III Jawa Barat. Divisi Regional III Jawa

Barat ini meliputi wilayah Bandung, Cirebon, Karawang, Sukabumi dan Tasikmalaya.

Gambar 1.1

Struktur Organisasi *Marketing and Sales Integration*



Sumber: Document Telkom Dalam Pembekalan Materi Magang, 2015

Berdasarkan pada struktur organisasi *Marketing and Sales Integration* PT.Telkom Divisi Regional III Jawa Barat diatas, terdapat divisi yang bernama *Personal Sevice*. Divisi *Personal Sevice* ini lah yang melaksanakan kegiatan pemasaran dan pemeliharaan produk Telkom. Produk Telkom yang menjadi fokus *Personal Sevice* pada saat ini adalah produk Indonesia Wifi atau yang sering dikenal dengan sebutan *wifi.id*. Prestasi yang dicapai selama ini dalam melakukan pemasaran dan pemeliharaan *wifi.id* di Jawa Barat, yaitu melakukan kerja sama dengan Pemkot Bandung dalam pemasangan *wifi.id* di taman, café, mall dan sekolah yang ada di Kota Bandung. Selain itu pun membangun *Wifi Corner* (WICO) di beberapa titik di kota kota yang berada di Jawa Barat. Hingga pertengahan tahun 2015 sudah ada 600 lokasi venue WICO yang dilengkapi 1.000 akses point (AP) di seluruh Jawa Barat. Penyebarannya, di antaranya Bandung 270 WICO (470 AP), Cirebon 110 WICO (200 AP), Karawang 40 WICO (80 AP), Sukabumi 80 WICO (120 AP) dan Tasikmalaya 100 WICO (130 AP).

Gambar 1.2
Struktur Organisasi Personal Service



Sumber: Document Telkom Dalam Pembekalan Materi Magang, 2015

Dalam pelaksanaan tugasnya untuk pemasaran dan pemeliharaan *wifi.id* di Jawa Barat . Dalam strukturnya, divisi *Personal Service* itu di pimpin oleh *Manager Personal Sevice* yang dibawahnya memiliki *Officer Personal Service*. Untuk menunjang kegiatan *Personal Service* di Jawa Barat tentunya *Manager* memiliki peranan yang sangat penting, begitu juga para *Officernya*. Karena, *Manager* disini selaku atasan yang memberikan tugas kepada bawahan yaitu *Officer* agar target yang dicapai perusahaan tercapai.

Dalam setiap melakukan kegiatannya *Manager* harus dapat menjalin dan menjaga komunikasi dengan para *Officer* nya dengan baik, begitu pula sebaliknya. Sehingga pesan yang disampaikan oleh *Manager* dapat diterima dengan baik oleh *Officer*. Setiap *Manager* pasti memiliki gaya dalam berkomunikasi yang berbeda beda. *Manager* harus pandai dalam memposisikan dan menerapkan gaya komunikasi kepada setiap *Officer*.

Dalam komunikasi yang dilakukannya, *Manager* pasti akan menemukan hambatan dalam berkomunikasi dengan *Officer* nya. Seperti kesalah pahaman antara *Manager* dengan *Officer* yang bukan tidak mungkin mampu mempengaruhi kinerja dari para *Officer* nya dalam melakukan pekerjaannya.

Oleh karena itu, berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan peneliti. Pada kesempatan ini peneliti akan melakukan penelitian dengan judul **STUDI KASUS DESKRIPTIF PADA GAYA KOMUNIKASI *MANAGER PERSONAL SERVICE* PADA *OFFICER PERSONAL SERVICE* DI PT.TELEKOMUNIKASI INDONESIA DIVISI REGIONAL III JAWA BARAT.**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasar pada latar belakang yang telah diuraikan. Adapun fokus penelitian ini untuk mengetahui, Bagaimana gaya komunikasi organisasi yang diterapkan oleh *Manager Personal Service* pada *Officer Personal Service* di PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional III Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Menggambarkan mengenai gaya komunikasi apa saja yang diterapkan oleh oleh *Manager Personal Service* pada *Officer Personal Service* di PT. Telekomunikasi Indonesia Divisi Regional III Jawa Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi seluruh pihak yang bersangkutan, baik dalam aspek teoritis maupun aspek praktis.

1.4.1 Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan menyumbangkan keilmuan di bidang Ilmu Komunikasi berkaitan dengan komunikasi organisasi yang berada di dalam suatu organisasi perusahaan PT. Telkom.

1.4.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi wujud nyata dari pengaruh komunikasi dalam suatu organisasi perusahaan PT. Telkom dan menjadi masukan ataupun pertimbangan bagi suatu organisasi perusahaan PT. Telkom demi meningkatkan produktivitas serta kinerja perusahaan. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dan pengembangan penelitian selanjutnya berkaitan dengan komunikasi organisasi terhadap organisasi perusahaan.

1.5 Tahapan Penelitian

- BAB I** : Pada BAB I ini berisi tentang pendahuluan dari penelitian. Seperti latar belakang penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan hingga pada lokasi dan waktu yang digunakan untuk melakukan penelitian.
- BAB II** : Pada BAB II ini berisi tentang tinjauan pustaka, penelitian penelitian terdahulu yang digunakan untuk mendasari penelitian dan juga teori teori yang digunakan untuk landasan penelitian.
- BAB III** : Pada BAB III ini berisi tentang metode penelitian yang mencakup beberapa aspek yaitu seperti paradigma penelitian dan metode penelitian yang akan digunakan. Objek yang akan diteliti dalam penelitian. Definisi konsep, unit analisis, teknik keabsahan data hingga teknik analisis data.
- BAB IV** : Pada BAB IV ini berisi tentang Hasil penelitian dan pembahasan mengenai penelitian
- BAB V** : Pada BAB V ini berisi tentang Simpulan dari penelitian yang sudah diteliti dan saran terhadap objek yang diteliti.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor Telkom Divisi Regional III Jawa Barat, Jl. Supratman No. 66 Bandung. Dengan narasumber penelitian yaitu *Manager Personal Service* dan *Officer Personal Service*.

1.6.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu yang penulis gunakan untuk melakukan penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1.1

Waktu penelitian tahun 2016

No	Kegiatan	Bulan						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agu
1	Penyusunan skripsi BAB I – III							
2	Pengumpulan Desk Evaluation							
3	Melakukan wawancara dan pengolahan data							
4	Penyelesaian data dan Penyusunan skripsi BAB IV – V							
5	Sidang akhir skripsi							

Sumber: Olahan Penulis