

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) adalah satu-satunya BUMN telekomunikasi serta penyelenggara layanan telekomunikasi dan jaringan terbesar di Indonesia. Telkom melayani jutaan pelanggan di seluruh Indonesia dengan rangkaian lengkap layanan telekomunikasi yang mencakup sambungan telepon kabel tidak bergerak dan telepon nirkabel tidak bergerak komunikasi seluler, layanan jaringan dan interkoneksi serta layanan internet dan komunikasi data. Telkom juga menyediakan berbagai layanan di bidang informasi, media dan edutainment, termasuk *cloud-based* dan *server-based managed services*, layanan *e-Payment* dan *IT enabler*, *e-Commerce* dan layanan portal lainnya. Dengan statusnya sebagai Perusahaan milik negara yang sahamnya diperdagangkan di bursa saham, pemegang saham mayoritas Perusahaan adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 53,86% sedangkan sisa sahamnya sebesar 46,14% dikuasai oleh publik. Saham Perusahaan diperdagangkan di BEI, NYSE, LSE dan Public Offering Without Listing (“POWL”) di Jepang.

Sebagai perusahaan telekomunikasi, Telkom terus mengupayakan inovasi di sektor-sektor selain telekomunikasi, serta membangun sinergi di antara seluruh produk, layanan dan solusi, dari bisnis legacy sampai New Wave Business. Untuk meningkatkan business value, pada tahun 2012 Telkom mmengubah portofolio bisnisnya menjadi TIMES (Telecommunication, Information, Media Edutainment & Service). Untuk menjalankan portofolio bisnisnya, Telkom memiliki empat anak perusahaan, yakni PT. Telekomunikasi Indonesia Selular (Telkomsel), PT. Telekomunikasi Indonesia International (Telin), PT. Telkom Metra dan PT. Daya Mitra Telekomunikasi (Mitratel)

(Sumber: <http://www.telkom.co.id/tentang-telkom> diakses tanggal 26 Mei 2017)

1.1.2 Logo Perusahaan

Logo berfungsi sebagai identitas suatu perusahaan atau instansi dengan tujuan untuk mengenali dan mengingat perusahaan atau instansi tersebut. Berikut ini adalah logo PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk :



Gambar 1.1 Logo PT Telekomunikasi Indonesia,Tbk.

Sumber: <http://www.telkom.co.id/> diakses tanggal 22 Mei 2017

Dengan mengambil semangat HUT RI ke-68, Telkom memperkenalkan penampilan baru logo Telkom yang mencerminkan komitmen Telkom untuk memberikan yang terbaik bagi bangsa Indonesia. Penampilan logo baru tersebut mencakup perubahan logo secara menyeluruh dan terintegrasi dengan empat aspek dasar perusahaan, yaitu transformasi bisnis, infrastruktur, system dan model operasi serta sumber daya manusia.

Dengan tetap mengacu kepada filosofi *Telkom Corporate*, yaitu *Always The Best* – sebuah keyakinan dasar untuk selalu memberikan yang terbaik dalam setiap pekerjaan yang dilakukan dan senantiasa memperbaiki hal-hal yang biasa menjadi sebuah kondisi yang lebih baik, dan pada akhirnya akan membawanya menjadi yang terbaik.

1.1.3 Visi, Misi Dan Tujuan

Adapun visi misi PT Telekomunikasi adalah sebagai berikut :

A. Visi

“BE THE KING OF DIGITAL IN THE REGION” Melalui Visi tersebut, Telkom Indonesia berupaya untuk menjadi perusahaan telekomunikasi digital yang unggul di wilayah regional indonesia

B. Misi

“LEAD INDONESIAN DIGITAL INNOVATION AND GLOBALIZATION” Usaha yang dilakukan Telkom Indonesia untuk mewujudkan mimpinya adalah dengan menjadi pemimpin dalam era

globalisasi digital serta melakukan berbagai macam inovasi digital bagi indonesia

Corporate Culture : The New Telkom Way
Basic Belief : Always The Best
Core Values : Solid, Speed, Smart
Key Behaviors : Imagine, Focus, Action

1.1.4 Bidang Usaha

Telkom merupakan BUMN yang bergerak di bidang jasa layanan telekomunikasi dan jaringan di wilayah Indonesia dan karenanya tunduk pada hukum dan peraturan yang berlaku di Indonesia. Berdasarkan ruang lingkup kegiatan Perusahaan adalah menyelenggarakan jaringan dan layanan telekomunikasi, informatika serta optimalisasi sumber daya Perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, Perusahaan menjalankan kegiatan usaha yang meliputi:

a. Usaha Utama

- 1) Merencanakan, membangun, menyediakan, mengembangkan, mengoperasikan, memasarkan atau menjual/menyewakan dan memelihara jaringan telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 2) Merencanakan, mengembangkan, menyediakan, memasarkan atau menjual dan meningkatkan layanan jasa telekomunikasi dan informatika dalam arti yang seluas-luasnya dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

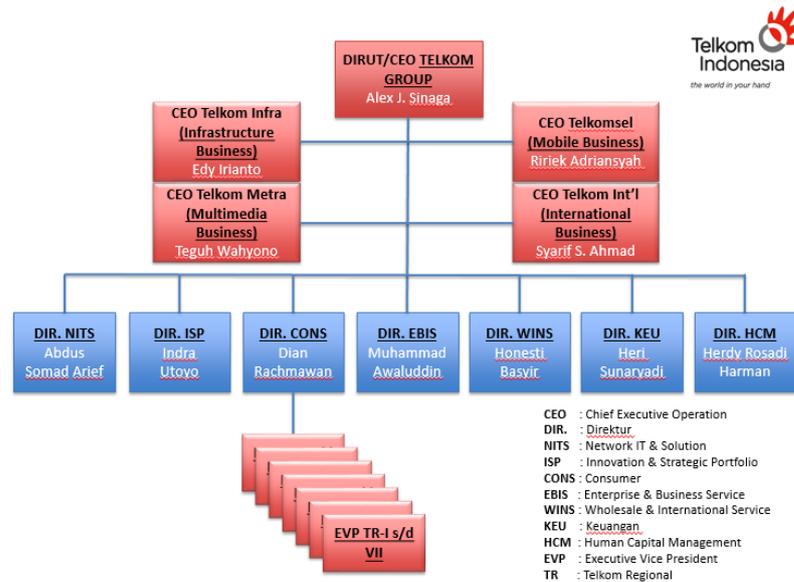
b. Usaha Penunjang

- 1) Menyediakan layanan transaksi pembayaran dan pengiriman uang melalui jaringan telekomunikasi dan informatika.
- 2) Menjalankan kegiatan dan usaha lain dalam rangka optimalisasi sumber daya yang dimiliki Perusahaan, antara lain pemanfaatan aset tetap dan

aset bergerak, fasilitas sistem informasi, fasilitas pendidikan dan pelatihan dan fasilitas pemeliharaan dan perbaikan.

1.1.5 Struktur Organisasi

Adapun stuktur organisasi perusahaan PT.Telekomunikasi Indonesia,Tbk sebagai berikut :



Gambar 1.2 Struktur Perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia

Sumber: Pembimbing Perusahaan

1.2 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi yang baik sangat diperlukan dalam berkomunikasi karena hal tersebut berpengaruh terhadap tersampainya pesan dengan arti yang sebenarnya oleh komunikator terhadap komunikan. Tidak terkecuali dalam organisasi, tidak hanya baik dalam komunikasi namun komunikasi secara efektif sangat diperlukan sehingga pesan dapat diterima dengan baik serta dapat mencapai tujuan dalam organisasi tersebut. Organisasi merupakan ruang lingkup luas yang terdiri dari beberapa individu yang dibedakan oleh tingkatan dan kepentingannya dalam organisasi yaitu sebuah jabatan. Hasil maupun pencapaian yang didapatkan oleh sebuah organisasi tidak lepas dari sebuah kinerja seorang anggota dalam sebuah organisasi. karena organisasi merupakan lingkup yang lebih luas sehingga organisais melibatkan banyak invidu serta permasalahan yang

dihadapi oleh organisasi tersebut semakin rumit. Maka dari itu sebuah perusahaan harus memiliki tata kelola dan sistem komunikasi yang baik demi tercapainya tujuan organisasi tersebut.

Dalam berorganisasi atau perusahaan seorang pegawai tidak selalu bekerja dengan paksaan tetapi pegawai dalam bekerja memiliki semangat dan motivasi yang ada dalam dirinya. Dalam dunia pekerjaan seseorang bekerja keras untuk mencapai target yang telah ditetapkan dengan mengharap imbalan yaitu gaji. Seperti yang diungkapkan Menurut Sardiman (2006:73), Motivasi merupakan perubahan energi dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya felling dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Pegawai bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karena itu pegawai dapat dikatakan memiliki motivasi yang baik ketika seorang pegawai dapat menyelesaikan tugas yang diberikan sebagai tanggung jawabnya. Ketika seorang pegawai telah memiliki rasa aman dan nyaman pada lingkungan sekitarnya, seseorang akan mengeluarkan kemampuan terbaiknya dalam bekerja

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penelitian pada Witel Tangerang. Witel merupakan wilayah usaha telekomunikasi yaitu sebuah cabang perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia dibawah Regional. PT Telekomunikasi Indonesia Witel Tangerang memiliki beberapa bagian atau divisi dalam perusahaan, tidak semua divisi berada pada Witel Tangerang. Pada Witel Tangerang terdapat beberapa divisi yaitu Business Governement Enterprise Service, Human Resource Development, Sistem Informasi, Optima, CCAN, HS, Logistik, War Room, WAN, Customer Care,.ASO, dan DAMAM.

Pada saat melakukan penelitian, peneliti mendapatkan informasi dari bapak levi yang menjabat sebagai Account Manager PT Telkom Witel Tangerang. Menurut beliau mengatakan bahwa pola komunikasi organisasi di perusahaan ini berjalan dengan baik. Pola komunikasi top management kepada bawahan tetap menjadi yang lebih sering karena arahan arahan yang diberikan. Tetapi manajemen tidak menutup kemungkinan untuk mengemukakan pendapat terhadap top management. Hal ini dirasakan ketika Account Manager memiliki

kendala terhadap perkerjaannya, untuk menyelesaikan masalah tersebut top management dapat menyerahkan wewenang sepenuhnya terhadap bawahan karena bawahan dianggap lebih mengetahui lapangan dan situasi tetapi top management tetap mengawasi prosesnya. Kemudian beliau mengatakan bahwa selama ini hubungan antar karyawan berjalan dengan sangat baik, karena komunikasi yang dilakukan sangat terbuka dan setiap pegawai menganggap pegawai lainnya lebih dari sekedar kerabat kerja tetapi sebuah keluarga sehingga hubungan antar pegawai menjadi harmonis.

Disamping itu juga komunikasi yang dilakukan PT telekomunikasi Indonesia antar divisinya dinilai baik dan cukup intens karena sebuah pekerjaan memiliki sistem yang saling berhubungan antar lininya. Dan meskipun pegawai biasa juga berhak untuk berkomunikasi kepada siapapun apapun jabatannya tanpa melakukan birokrasi yang berbelit. Hal ini dikarenakan sistem yang digunakan telkom untuk membuat kinerja perusahaan menjadi efisien yaitu menggunakan sistem kipas sakti. Kipas sakti merupakan merupakan sistem yang dihasilkan setelah melakukan survey yang dilakukan oleh perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia dalam mewujudkan pilarnya yaitu Solid, Speed, dan Smart. Dalam pelaksanaannya PT Telekomunikasi Indonesia menghasilkan sebuah sistem yaitu Kipas Sakti



Gambar 1.3

Sumber : <http://www.kipassakti.com/> diakses pada tanggal 10 oktober 2017

Selain itu peneliti juga mendapatkan informasi dari bapak Anjar selaku Asisten Manajer PT Telkom Witel Tangerang. Beliau mengatakan bahwa komunikasi di perusahaan ini sudah dapat dinilai baik dan motivasi pegawai yang

bekerja diperusahaan ini cukup tinggi dinilai dari hasil pencapaian yang telah diraih. Pegawai selalu berlomba lomba dalam menyelesaikan pekerjaan dan target yang diberikan karena pihak management tidak jarang memberikan reward jika target yang ditentukan telah dicapai maupun melebihi. Selain itu beliau mengatakan bahwa ketika target tidak tercapai manajemen memberikan pegawainya suatu kegiatan yang membuat pegawai tersebut semangat kembali seperti makan-makan maupun jalan-jalan bersama yang dilakukan cukup rutin. Telkom juga melakukan berbagai pelatihan untuk meningkatkan performa pegawainya. Hal ini terbukti karena pada akhir semester 2016 Telkom Witel Tangerang berhasil mendapatkan penghargaan

► **Kunjungi Witel Tangerang, EVP TR 2 Apresiasi Achievement Tahun 2016**



EVP TR 2, Teuku Muda Nanta, didampingi Deputy EVP Marketing TR 2, Pontjo Suharwono, Deputy EVP Infrastructure TR 2, Soendojoadi serta para senior *leader* TR 2 Jabotabek, melakukan kunjungan kerja ke Witel Tangerang.

Rombongan disambut oleh GM Witel Tangerang, Eka Setiawan, Deputy GM Witel Tangerang Jeky James Ndun serta para senior *leader* Witel Tangerang dan jajaran senior *leader* PT TA di ruang rapat Committed 2 U, Selasa (24/1).

Dalam *welcome speech*-nya, Eka menyampaikan *update* terkait performansi Witel Tangerang di tahun 2016 dan komitmennya di tahun 2017.

Ia menjelaskan bahwa performansi di Desember 2016 Tangerang berada di posisi *top three* nasional (Bandung, Surabaya dan Tangerang). Masuk dipresentasi selanjutnya yakni di 2017 Komitmen Witel Tangerang adalah **"Shifting To The Front"**. Dalam bahasa yang lebih sederhana yakni menarik target di 2017 di awal waktu antara TW 1 s.d II sehingga di TW selanjutnya lebih ringan.

Sementara itu Nanta menyampaikan terima kasih atas achievement Witel Tangerang ditahun 2016, namun tantangan di tahun 2017 lebih berat dan menantang, oleh karenanya, ada beberapa pekerjaan rumah (PR) yang harus di kerjakan dalam mencapai target RKAP di 2017.

Diantaranya buatlah program yang pengukurannya berdasar kepada customer, untuk memastikan pelayanan kepada pelanggan, adapun *Challenge* untuk Witel Tangerang adalah bagaimana memperbaiki gangguan dengan di imbangi *quality of service* dan jangan lupa bahwa yang membedakan kita dengan competitor adalah customer experience (produk yang banyak pilihan dan kualitas pelayanan yang juga baik) dengan tantangan yang harus di improve adalah *Collection* dan *List bill*

Untuk Segmen BGES, Nanta juga mengucapkan selamat, karena tim BGES Witel Tangerang masuk dalam ranking 2 dari 9 Witel TR 2 Jabotabek. Di samping itu Nanta juga mengungkapkan apresiasinya kepada Telkomsel. Karena ditahun 2016 pertumbuhannya sangat dominan, yaitu revenue tercollect 385 M. (SG Tan/red03).

Gambar 1.4

Sumber : Web Internal Telkom

Ada beberapa hal point yang dapat dikatakan mempengaruhi motivasi seorang karyawan PT Telekomunikasi Indonesia. Pihak perusahaan memberikan kebijakan setiap karyawannya untuk berpakaian tidak terlalu kaku dalam bekerja. Kemudian pintu ruangan khusus General Manager maupun Manager Divisi tidak boleh tertutup hal ini dinilai perusahaan mempengaruhi komunikasi terhadap pegawainya. Hal ini juga dibenarkan oleh narasumber bahwa dengan adanya sistem Kipas Sakti tersebut membuat suasana bekerja menjadi lebih

nyaman karena tidak adanya sebuah batasan yang membeda bedakan jabatan seseorang dalam perusahaan sehingga semua pegawai pada PT Telekomunikasi Indonesia memiliki hak yang sama.



Gambar 1.5

Sumber : Web Internal Telkom

Begitu juga dalam Focus Group Discussion maupun Rapat rutin yang dilakukan perusahaan. Dalam rapat setiap karyawan harus menghilangkan kata kata yang dapat membuat seperti kesenjangan dihapuskan dan diganti oleh panggilan yang lebih “friendly” seperti bro, kang, mas, dan sis. PT Telekomunikasi Indonesia juga sering melakukan survey terhadap pegawainya maupun perusahaan, hal ini dilakukan untuk selalu mengevaluasi sistem yang sedang dilakukan. Survey dibuat oleh pihak pusat kemudian akan diteruskan pada Witel setempat. Survey yang biasa dilakukan hari jumat tersebut dapat menghasilkan sistem yang lebih baik lagi demi kelangsungan perusahaan. Bapak levi selaku narasumber juga berpendapat bahwa ketika sistem yang dilakukan sesuai dengan apa yang ada di lapangan, pegawai akan melakukan pekerjaannya dengan sangat efektif.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan masalah yang akan dibahas oleh peneliti adalah :

1. Seberapa besar pola Komunikasi Organisasi di perusahaan Telkom Witel Tangerang?

2. Seberapa besar Motivasi Pegawai di perusahaan Telkom Witel Tangerang?
3. Seberapa besar pengaruh pola komunikasi organisai terhadap motivasi pegawai Telkom Witel Tangerang?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui seberapa besar pola komunikasi organisasi di perusahaan telkom witel Tangerang
2. Mengetahui seberapa besar motivasi pegawai Telkom Witel Tangerang organik dan non organik
3. Mengetahui pengaruh pola komunikasi organisasi terhadap motivasi pegawai Telkom Witel Tangerang

1.5 Kegunaan Penelitian

a. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berkontribusi terhadap perusahaan serta memberikan tambahan pengetahuan mengenai pola komunikasi organisasi, motivasi pegawai dan hubungan diantara keduanya di suatu perusahaan

b. Aspek Praktis

- 1) penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi oleh perusahaan yang menjadi tempat penelitian mengenai pola komunikasi organisasi dan motivasi pegawai
- 2) Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan oleh mahasiswa yang melakukan penelitian serupa

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

pada penelitian yang berjudul “ Pengaruh Pola Komunikasi Organisasi terhadap Motivasi Pegawai Telkom Witel Tangerang” ini memiliki rincian waktu penelitian sebagai berikut :

Lokasi : Telkom Witel Tangerang, Tangerang Selatan

Waktu penelitian : Desember 2017

Tabel 1.1

| Kegiatan / bulan | september | oktober | november | desember | januari |
|-------------------------------------|-----------|---------|----------|----------|---------|
| Konsultasi judul dan draft proposal | ■ | | | | |
| Pengerjaan bab 1- bab 3 | | ■ | | | |
| Pengumpulan data | | ■ | | | |
| Pembuatan instrumen penelitian | | ■ | | | |
| Sidang seminar proposal skripsi | | | ■ | | |
| Penyebaran kuesioner | | | ■ | | |
| Pengerjaan bab 4 – bab 5 | | | | ■ | |
| Sidang skripsi | | | | | ■ |

Sumber : olahan penulis