

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kegiatan komunikasi merupakan kegiatan yang selalu dilakukan oleh setiap manusia, karena pada hakikatnya manusia sebagai makhluk sosial tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan orang lain. Interaksi antar manusia berlangsung terus menerus dan saling mempunyai hubungan dari manusia yang satu dengan lainnya. Komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih yang mengirim pesan dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (*noise*), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik (Devito. A, 2011:24)

Pesan komunikasi dapat mempunyai banyak bentuk, manusia mengirim dan menerima pesan ini melalui salah satu atau kombinasi tertentu dari panca indra. Saluran komunikasi adalah media yang dilalui pesan. Jarang sekali komunikasi berlangsung hanya melalui satu saluran. Saluran komunikasi adalah alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyebarluaskan (mendistribusikan) suatu pesan dengan tujuan memperoleh respons atau timbal balik. Saluran komunikasi ini terdiri dari saluran interpersonal dan saluran massa. Saluran interpersonal dapat bersifat langsung seperti komunikasi tatap muka dan saluran tidak langsung, seperti telepon, SMS, BBM, Line, whatsApp, dan sebagainya (Ruliana Poppy, 2014:32).

Komunikasi menyediakan informasi-informasi yang akan diantarkan melalui media komunikasi dalam pengambilan keputusan, melaksanakan keputusan, menerima umpan balik dan mengoreksi tujuan serta prosedur organisasi. Apabila komunikasi berhenti maka aktifitas organisasi akan berhenti. Dengan demikian, tinggallah kegiatan-kegiatan individu yang tidak terorganisasi. Organisasi merupakan suatu sistem yang didalamnya terdapat bagian-bagian yang saling berhubungan dan berinteraksi dengan semua yang ada pada lingkungan atau keadaan fisik tertentu, teknologi, kebudayaan serta lingkungan sosial. Lingkungan akan mempengaruhi organisasi, meskipun memang tidak semuanya. Kejadian yang berpengaruh kepada organisasi adalah kejadian yang relevan dengan organisasi yang bersangkutan.

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang digunakan, media apa yang digunakan dan bagaimana prosesnya, faktor-faktor apa yang menjadi penghambat dalam organisasi serta lingkungan organisasi yang mempengaruhi perkembangan organisasi (Ruliana Poppy, 2014:17)

Media mempunyai peranan besar dalam penyampaian gagasan, pesan, ataupun informasi yang ingin disampaikan oleh orang-orang yang ada didalam organisasi kepada pihak-pihak didalam maupun diluar organisasi yang mempunyai kepentingan terhadap organisasi tersebut. Perkembangan media komunikasi di Indonesia dari

masa ke masa semakin luas dan bahkan tidak ada batasnya. Seiring dengan pesatnya media komunikasi pada zaman modern seperti sekarang ini, sangat mudah bagi sesama manusia untuk berkomunikasi, bahkan dengan berkembangnya internet memberi kecepatan dan kemudahan dalam mendapatkan informasi. Berikut adalah tabel persentase pengaksesan internet menurut jenis kegiatan utama :

**Tabel 1.1 Persentase Penduduk Usia 10 Tahun ke Atas yang Pernah Mengakses Internet dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Jenis Kegiatan Utama, 2012–2015**

Tahun	Jenis Kegiatan Utama			
	Bekerja	Sekolah	Mengurus Rumah Tangga	Lainnya
2012	47,84	46,36	37,55	41,34
2013	49,73	43,11	41,48	44,45
2014	50,67	1,58	43,27	45,98
2015	52,07	36,50	41,46	41,42

**Sumber:** (Badan Pusat Statistik, 2016)

Dalam komunikasi efektif, memilih media yang tepat adalah hal yang penting dan terdapat rentang pilihan yang luas. Pilihan media terbaik tergantung pada tingkat kemampuan. Kemampuan informasi dapat didefinisikan sebagai kemungkinan informasi membawa kapasitas data. Jika media membawa sejumlah besar informasi, maka kemampuannya tinggi; jika media membawa sedikit informasi, maka kemampuannya rendah. Jadi media memiliki berbagai tingkat kemampuan informasi. kemampuan informasi dapat diukur dengan empat faktor. Faktor pertama adalah umpan balik, berkisar dari tingkat segera sampai sangat lambat. Kedua, saluran

yang digunakan untuk membawa informasi, dari kombinasi audio dan visual sampai visual terbatas. Ketiga, jenis komunikasi, seperti personal dan nonpersonal. Keempat, sumber bahasa yang digunakan, termasuk bahasa tubuh, bahasa alamiah, atau angka .

Bentuk komunikasi paling lengkap adalah komunikasi tatap muka. Komunikasi ini memberi umpan balik yang sangat cepat dan menguji seberapa baik informasi dapat dipahami. Selain itu, memungkinkan kelompok dalam komunikasi mengamati isyarat bahasa tubuh dan nada suara. Bentuk lain yang berkemampuan tinggi adalah telepon, meskipun tidak sehebat komunikasi tatap muka. Sebaliknya, media numerik formal seperti tampilan laporan kuantitatif yang dihasilkan komputer atau video *online* memiliki kemampuan yang rendah. Bentuk tersebut memberikan informasi dan data umum visual yang terbatas. Akan tetapi, dengan adanya tayangan video dan digitalisasi nyata (kualitas seperti TV), orang mampu berbicara pada layar monitor komputer, kemampuan komunikasi tatap muka dapat ditangkap secara *online*. Karena pendayagunaan kemampuan komunikasi elektronik semakin mendapat perhatian, pemimpin melakukan pekerjaan melalui *e-leadership* (kepemimpinan elektronik) (Luthans, 2006: 374).

Peranan utama media dalam organisasi adalah untuk mempelajari sifat-sifat dari anggota suatu organisasi dan hubungan antar sesama terhadap struktur organisasi. Organisasi adalah sebuah sistem terbuka, dan teknologi organisasi merupakan cerminan dari kondisi lingkungan organisasi dan juga jenis kegiatan internal yang terjadi dalam organisasi. Media saat ini tidak bisa dipisahkan dari jalannya sebuah

organisasi karena itu keberadaan media informasi menjadi faktor utama dari keberhasilan organisasi. Dalam upaya mengomunikasikan informasi dengan tujuan menyampaikan data atau membahas situasi permasalahan. Manajer harus menyesuaikan pilihan media dengan kompleksitas masalah. Misalnya, situasi yang sangat kompleks akan menjadi sebuah komunikasi keputusan untuk menyusutkan beberapa divisi perusahaan. Orang yang terpengaruh oleh pesan tersebut akan mempertanyakan masalah dan mempertanyakan ketakutan yang dihadapi. Perusahaan mengomunikasikan situasi tersebut dengan cara yang rinci dan cermat. Sebaliknya, situasi dengan kompleksitas rendah adalah hal rutin dan dapat diprediksi serta diatasi dengan menggunakan aturan atau prosedur operasi standar. Tantangan bagi manajer adalah memilih media yang tepat (Luthans, 2006:374)

Pemanfaatan atau implementasi teknologi media kegiatan operasional organisasi akan memberikan dampak yang cukup signifikan bukan hanya efisiensi kerja, namun juga terhadap budaya kerja baik secara personal antar unit, maupun keseluruhan institusi. Berdasarkan struktur organisasi, pemanfaatan teknologi informasi diklasifikasikan menjadi tiga kategori, yang pertama adalah pemanfaatan teknologi informasi untuk perbaikan efisiensi diterapkan pada level operasional organisasi. Pada kategori ini, pemanfaatan teknologi informasi diukur dengan penurunan waktu dan biaya, yang ke dua adalah pemanfaatan teknologi informasi untuk perbaikan efektivitas diterapkan pada level manajerial organisasi. Pada kategori pemanfaatan teknologi informasi diukur dengan kemudahan dan kecepatan

memperoleh status pencapaian target organisasi. Lalu yang terakhir adalah pemanfaatan teknologi informasi untuk *strategic improvement* (perbaikan daya saing). Pada kategori ini, pemanfaatan teknologi informasi diukur dengan kemudahan dan ketepatan pengambilan keputusan oleh eksekutif (Ruliana Poppy, 2014:170)

Persaingan antar perusahaan di era globalisasi semakin tajam, setiap perusahaan harus memiliki suatu sistem dalam menghubungkan individu-individu yang ada dalam organisasi. Sumber daya manusia merupakan aset utama suatu organisasi yang menjadi perencana dan pelaku aktif dari setiap aktivitas organisasi. Keberhasilan perusahaan yang tumbuh dan terus berkembang terlihat atau dapat diukur berdasarkan kemampuan dalam mengelola perusahaan atau organisasi dengan baik secara internal maupun eksternal. Namun peneliti beranggapan, inti dari kedua faktor tersebut adalah proses komunikasi yang kemudian akan mempengaruhi faktor-faktor lain. Komunikasi yang dimaksud dalam hal ini yaitu, komunikasi yang terjadi antara pimpinan dan bawahan, kepercayaan seluruh karyawan dalam organisasi, tekanan dalam lingkungan kerja, partisipasi pimpinan dan bawahan dalam suatu kegiatan seperti pengambilan keputusan.

Pengambilan keputusan merupakan satu kesatuan yang integral dengan keputusan bertindak dalam suatu organisasi yang bertujuan menemukan dan menyelesaikan masalah sehingga pada akhirnya target sasaran dapat tercapai secara optimal dan maksimal. Dan jika keputusan yang diambil kurang tepat maka akan menimbulkan dampak yang merugikan. Pengambilan keputusan dalam organisasi

memerlukan pertimbangan seluruh potensi pelaku di dalam organisasi yang disebut dengan *stakeholders*. Pengambilan keputusan sebagai proses yang berhubungan dengan pemilihan alternatif terbaik dari beragam alternatif yang harus dipertimbangkan, maka proses tersebut memerlukan kecermatan atau kajian dari berbagai sudut keahlian sehingga hasil yang dicapai mampu menjadi keputusan yang memadai menurut ruang dan waktu.

Pengambilan keputusan adalah proses interaksi dari berbagai keahlian yang paling krusial. Hal ini yang merupakan persepsi umum bahwa proses memutuskan sebagai inti dari suatu organisasi dan sebuah kepemimpinan. Seluruh kegiatan perusahaan tergantung pada yang satu ini. Persoalan pengambilan keputusan harus mendapatkan perhatian pada aspek proses yang sangat menentukan pada kualitas keputusan itu sendiri. Dalam proses pengambilan keputusan memerlukan media komunikasi sebagai penyuplai informasi. Penyebaran informasi dan instruksi kerja yang tidak akurat dan terkirim dengan baik akan menyebabkan kesimpang siuran informasi, disharmonis dalam hasil pekerjaan dan tidak tercapainya target pencapaian yang telah di rencanakan sebelumnya. Pengambilan keputusan yang tepat dalam organisasi perusahaan, menjadi tolak ukur seberapa besar kapabilitasnya dalam mengelola sebuah organisasi.

PT. Fast Precision Manufacturing Indonesia berdiri pada tahun 2004 adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang fabrikasi besi, produk yang dihasilkan seperti *jig & fixture, automation, dan mechanical parts*. PT. Fast Precision

Manufacturing Indonesia merupakan perusahaan OEM (*Original Equipment Manufacturer*) yang dikeluarkan oleh kementerian hukum dan HAM RI pada tahun 2008 dengan nama merek WILLIFAST produk tersebut dipakai untuk peralatan bidang pengelasan. Pada tahun 2012 perusahaan ini berhasil mendapatkan sertifikat ISO 9001:2008 sistem manajemen mutu dari TUV Rheinland Indonesia.

PT. Fast Precision Manufacturing Indonesia berkomitmen terhadap sumber daya perusahaan, untuk meningkatkan produk yang berkualitas dan bekerja secara konsisten sesuai dengan peraturan pelanggan menuju hubungan yang ikhlas dan menguntungkan melalui peningkatan yang berkesinambungan dan perampingan biaya-biaya dalam dunia usaha yang selalu berubah. Berdasarkan komitmen itulah PT. Fast Precision Manufacturing Indonesia berusaha menciptakan suatu perencanaan bisnis yang akan menjadi panduan memperoleh kualitas produk yang sesuai dengan standar mutu yang diharapkan oleh pelanggan. Keberhasilan organisasi dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam meningkatkan efisiensi dan efektifitas kerja karyawan. Dalam meningkatkan hal tersebut perusahaan dapat menggunakan media komunikasi sebagai pendukung dalam mencapai target perusahaan. Media komunikasi yang digunakan sebaiknya dapat memudahkan karyawan dalam membagikan informasi pekerjaan.

Menurut observasi peneliti bahwa terjadi beberapa faktor yang berkaitan dengan komunikasi organisasi dalam hal standar operasional prosedur. Pada saat ini media komunikasi yang digunakan dalam PT. Fast Precision Manufacturing

Indonesia adalah media komunikasi interpersonal seperti media langsung (tatap muka) seperti *briefing* pagi bersama pimpinan untuk *sharing* informasi seputar perusahaan. selain media langsung, media tidak langsung juga digunakan sebagai alat penyampaian pesan dan pencarian informasi oleh anggota perusahaan perusahaan. Media tidak langsung yang digunakan seperti *email* dan aplikasi pada telepon seluler seperti *WhatsApp*. Anggota-anggota organisasi menggunakan *chatting group* dalam aplikasi *WhatsApp* untuk membagi informasi dan mengajukan pertanyaan yang berhubungan dengan pekerjaan. aplikasi *email* sebagai perintah kerja sehari-hari. media komunikasi cetak yang digunakan adalah *form* pembelian, *form* ini berfungsi untuk mengajukan permohonan pembelian barang-barang yang diperlukan dalam pekerjaan. selain itu *drawing* pengerjaan juga dipergunakan dalam memproses barang yang akan dikerjakan diproduksi, *drawing* pengerjaan dibagi menjadi dua yaitu *drawing* yang didapatkan dari pelanggan dan *drawing* yang dirancang oleh *designer* PT FPMI. Dari hasil observasi dan wawancara peneliti dapat menyimpulkan beberapa media komunikasi yang digunakan di PT FPMI didalam tabel seperti berikut :

**Tabel 1.2 Media Komunikasi yang digunakan di PT FPMI**

<b>Media Komunikasi</b>	<b>Frekuensi Penggunaan</b>	<b>Durasi Penggunaan</b>
<b>Media Komunikasi Tidak Langsung</b>		
<i>Email</i>	3-4 kali/ hari	> 10 menit
<i>WhatsApp</i>	>10 kali/ hari	5 menit
Telepon	1-2 kali/ hari	< 10 menit
<i>Form</i> Pembelian	2 kali / minggu	5 Menit
<i>drawing</i> pengerjaan	2-3 kali / hari	5 menit

<i>Form pendapat karyawan</i>	1-2 kali/ minggu	5 Menit
<b>Media Komunikasi Langsung</b>		
<i>Morning briefing</i>	5 kali / minggu	30 menit
Rapat	2 kali / minggu	>30 menit
Diskusi	5-8 kali / minggu	10 menit

Sumber : Data Primer diolah, 2017

Dalam pengambilan keputusan karyawan PT. Fast Precision Manufacturing Indonesia sangat tergantung pada pemimpin perusahaan sehingga terdapat hambatan ketika pemimpin sedang berada diluar perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan yang bersifat urgensi tinggi. Perusahaan tidak dapat bekerja dengan maksimal ketika hanya mengandalkan pada sumber daya manusia. Terdapat dua jenis pengambilan keputusan dalam PT Fast Precision Manufacturing Indonesia yaitu pengambilan keputusan rutin seperti pengorderan material, ketersediaan material, prosedur pengerjaan, pelatihan karyawan, dan *overtime* karyawan dan pengambilan keputusan tidak rutin seperti barang *reject*, ketidak tepatan pengiriman barang (*delay*), *customer complaint* dan *inspection customer*.

Kecanggihian teknologi membawa kemudahan dan keefektifan kerja setiap karyawan dalam perusahaan tersebut. Ketika karyawan harus bekerja secara manual akan memakan waktu, dengan menggabungkan pekerjaan dengan fasilitas yang ada seperti media komunikasi, maka pekerjaan tersebut akan diselesaikan dengan lebih cepat dan mudah. Sehingga itulah yang dikatakan cara kerja setiap yang efektif. Dari latar belakang diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul

***“PEMANFAATAN MEDIA KOMUNIKASI DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN ORGANISASI (STUDI KASUS PADA PT FAST PRECISION MANUFACTURING INDONESIA) ”***

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan paparan diatas, identifikasi masalah yang kan dikaji yaitu:

1. Terdapat masalah komunikasi organisasi PT Fast Precision Manufacturing Indonesia, dalam pengambilan keputusan yang berurgensi tinggi
2. Terjadi kesalah pahaman dalam mengartikan pesan komunikasi pada saat pengambilan keputusan organisasi. Karena permasalahan dalam pemilihan media komunikasi dalam penyebaran informasi atau pengajuan pertanyaan antar karyawan.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Dari identifikasi masalah yang terdapat diatas, maka diperoleh gambaran dengan permasalahan yang begitu luas, namun menyadari adanya keterbatasan waktu dan kemampuan, maka peneliti memandang perlu adanya batasan masalah secara jelas dan terfokus. Selanjutnya masalah yang menjadi objek penelitian dibatasi hanya menfokuskan pada survei terhadap media komunikasi yang digunakan PT Fast

Precision Manufacturing Indonesia (FPMI) dalam konteks pengambilan keputusan organisasi saja. Hal-hal lain yang terkait dengan FPMI akan diteliti atau dikaji pada penelitian selanjutnya.

#### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan antara jenis media dengan pengambilan keputusan organisasi PT FPMI?
2. Bagaimana hubungan antara pemanfaatan media dengan pengambilan keputusan organisasi PT FPMI?
3. Bagaimana hubungan antara jenis media dan pemanfaatan media dengan pengambilan keputusan organisasi

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dimaksudkan untuk menggali informasi dan menemukan fakta yang akan dijalin dengan fakta-fakta lainnya guna penelitian yang akan datang.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan antara jenis media dengan pengambilan keputusan organisasi PT PT FPML.
2. Untuk mengetahui hubungan antara pemanfaatan media dengan pengambilan keputusan organisasi PT FPML.
3. Untuk mengetahui hubungan antara jenis media dan pemanfaatan media dengan pengambilan keputusan organisasi.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1.6.1 Manfaat secara teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan memberi kegunaan antara lain berupa kegunaan teoritis:

1. Bagi peneliti sebagai media dan tempat untuk belajar mengembangkan ilmu memecahkan masalah secara ilmiah dan memberikan sumbangsih pemikiran berdasarkan disiplin ilmu yang peneliti peroleh selama masa perkuliahan.
2. Bagi akademisi perguruan tinggi, penelitian ini dapat dijadikan bahan kajian dalam penelitian sejenis di waktu yang akan datang dan dapat dijadikan sumber maupun sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut.

3. Bagi perkembangan keilmuan yang berhubungan dengan media komunikasi dalam sebuah instansi.

### **1.6.2 Manfaat secara praktis**

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat secara praktis, antara lain :

Sebagai bahan masukan pada perusahaan PT. Fast precision manufacturing Indonesia dalam melaksanakan fungsi dan tugas, juga sebagai masukan dan bahan pertimbangan dalam pelaksanaannya. Untuk mengimplementasikan komunikasi organisasi ke dalam industri logam atau metal di kota Batam