

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia yang memungkinkan orang untuk berkomunikasi satu sama lain di tempat kerja, keluarga, pasar, dan masyarakat luas. Dalam sebuah organisasi atau bisnis, komunikasi sangatlah penting. Penerapan komunikasi yang efektif akan mempermudah organisasi untuk mencapai tujuannya. Di sisi lain, komunikasi yang buruk dapat menyebabkan anomali dalam struktur organisasi dan menghambat pencapaian tujuan organisasi. (Liliweri, 2017).

Secara umum, baik masyarakat umum maupun kalangan akademisi sering membahas topik komunikasi. Banyak orang memiliki pemahaman yang berbeda tentang komunikasi, meskipun secara esensial, maknanya tetap sama (Mulyana, 2013). Tindakan menyampaikan pesan dari satu orang ke orang lain dengan maksud agar mereka mengerti dikenal sebagai komunikasi. Komunikasi yang efektif akan tercapai jika pengirim dan penerima pesan memiliki pemahaman yang sama dan terjadi umpan balik yang jelas.

Wilbur Schram (Effendy, 2003) menguraikan tiga syarat utama agar komunikasi dapat menghasilkan respon yang diharapkan. Pertama, pesan harus jelas dan menarik baik dalam desain maupun penyampaiannya. Kedua, simbol atau lambang yang digunakan dalam komunikasi harus memiliki makna yang sama bagi komunikator dan komunikan. Ketiga, pesan yang disampaikan harus relevan dengan kebutuhan penerima agar dapat diterima dengan baik.

Dalam sebuah perusahaan, tujuan utama yang ingin dicapai adalah perkembangan yang pesat serta penerapan produktivitas kerja. Untuk mewujudkan

hal tersebut, diperlukan berbagai faktor pendukung seperti tenaga kerja, modal, dan keahlian. Dari semua faktor tersebut, sumber daya manusia menjadi elemen yang paling vital karena manusia merupakan penggerak utama dalam suatu organisasi.

Komunikasi dalam sebuah organisasi mencakup berbagai interaksi antara atasan dan bawahan serta antar sesama anggota tim. Menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules (2018), “komunikasi organisasi adalah proses penyampaian serta interpretasi pesan di antara berbagai elemen dalam organisasi.” Komunikasi ini dapat berbentuk komunikasi antarpribadi yang melibatkan interaksi langsung antara individu. T. Wood (n.d) “Komunikasi interpersonal didefinisikan sebagai pertukaran umpan balik langsung antara dua orang atau lebih yang terjadi secara langsung atau melalui media digital.” Senada dengan itu, Elihu (Nurbani, 2019) menjelaskan bahwa “komunikasi antarpribadi terjadi ketika dua atau lebih individu berinteraksi secara langsung tanpa menggunakan perangkat teknologi seperti telepon atau surat elektronik.”

Menurut Wijaya, H (2019), s”emakin baik komunikasi antarpribadi dalam suatu organisasi, maka semakin tinggi pula tingkat komitmen organisasional karyawan.” Hal ini menunjukkan adanya hubungan erat antara komunikasi antarpribadi dan komitmen kerja. Komunikasi yang baik memungkinkan karyawan untuk menyampaikan pesan kerja secara efektif dan memahami informasi dengan lebih jelas, untuk menciptakan suasana kerja yang damai dan efektif. Karyawan yang merasa nyaman dalam berkomunikasi dengan rekan kerja cenderung lebih memiliki rasa tanggung jawab dan keterikatan terhadap organisasi.

Dalam konteks perusahaan milik negara, komunikasi memainkan peran penting dalam pengembangan budaya kerja yang baik. Pada 1 Juli 2020, Kementerian BUMN mengesahkan core values bagi seluruh perusahaan BUMN di Indonesia yang dikenal dengan istilah AKHLAK (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif). Nilai ini bertujuan untuk membentuk budaya kerja yang kuat dalam perusahaan agar dapat memberikan kontribusi optimal bagi negara (Tohir & Agustian, 2020). Dengan internalisasi dan implementasi *core values* ini, diharapkan organisasi menjadi lebih produktif dan berdaya saing tinggi

(Fauzi, 2018).

PT Rajawali Nusindo, sebagai anak perusahaan PT Rajawali Nusantara Indonesia (Persero), merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan perdagangan. Perusahaan ini berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik dalam penyaluran berbagai produk konsumsi, alat kesehatan, dan farmasi di seluruh Indonesia. Namun, dalam operasionalnya masih ditemukan beberapa kendala dalam komunikasi antar karyawan. Beberapa karyawan kurang dapat menerima kesalahan dengan baik, serta dalam memberikan kritik masih dilakukan dengan cara yang kurang persuasif. Selain itu, masih ada karyawan yang bersikap individualistis dan enggan membantu rekan kerja yang mengalami kesulitan.

Permasalahan ini menunjukkan bahwa komunikasi antarpribadi dalam perusahaan masih perlu diperbaiki agar dapat meningkatkan komitmen kerja karyawan. Jika komunikasi yang terjalin antar karyawan berjalan dengan baik, maka mereka akan lebih termotivasi untuk bertahan dalam perusahaan serta bekerja dengan lebih optimal. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih dalam mengenai komunikasi antarpribadi dalam organisasi dengan judul: "Pendekatan Komunikasi Antarpribadi Divisi Humas terhadap Penerapan *Core Value* AKHLAK Karyawan PT Rajawali Nusindo".

Dengan adanya ikatan komitmen yang baik itu maka harus memiliki komunikasi yang jelas antar karyawan dan memahami komunikasi dalam menunjang kinerja kedepannya dan bertahan dalam perusahaannya tersebut. Karyawan yang mendapatkan hasil yang maksimal dan setiap dari anggota karyawan mampu berkomunikasi dan menyelesaikan masalah dengan anggota yang lain maka secara otomatis karyawan akan berkomitmen kepada perusahaannya dan ingin mempertahankan perusahaannya dengan baik.

Pada dasarnya komunikasi antarpribadi sangat mempengaruhi komitmen karyawan dalam menyelesaikan tugas di suatu perusahaan, karena jika komunikasi diantara personal tersebut kurang baik atau tidak efektif maka karyawan masih kurang ingin mempertahankan pekerjaannya dengan sebaik mungkin dan dapat mengurangi hasil kerja dan produktivitasnya yang lebih baik lagi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis tertarik untuk

melakukan penelitian ini dengan judul: “Komunikasi Antarpribadi Divisi Humas Terhadap Penerapan *Core Value* "AKHLAK" Karyawan PT Rajawali Nusindo”

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dalam penelitian ini, maka rumusan masalah ini adalah: “seberapa besar Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Divisi Humas Terhadap Penerapan *Core Value* "AKHLAK" Karyawan PT Rajawali Nusindo”.

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Besarnya Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Divisi Humas terhadap penerapan *Core Value* "AKHLAK" Karyawan PT Rajawali Nusindo”.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi Peneliti  
Diyakini bahwa temuan penelitian ini akan menambah pengetahuan dan pemahaman kita tentang dampak komunikasi interpersonal.
- b. Bagi Pihak Perusahaan  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan panduan bermanfaat bagi para pebisnis tentang cara berkomitmen lebih baik terhadap tenaga kerjanya.
- c. Bagi Peneliti Lanjutan  
Temuan penelitian ini dimaksudkan untuk menjadi panduan dalam membuat tugas dan tesis yang membandingkan konten yang sama guna menyempurnakan penelitian ini.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan, yang berfungsi sebagai struktur dan aturan skripsi, harus disertakan untuk memudahkan pembahasan isi tesis ini secara keseluruhan. Adapun sistematika penulisannya ialah sebagai berikut:

- a. Bab I “pendahuluan bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan”
- b. Bab II “tinjauan pustaka ini meliputi landasan teori-teori, landasan konsep dan pengertian komunikasi antarpribadi, *Core Value* AKHLAK”.
- c. Bab III “metodologi penelitian terdiri dari paradigma penelitian, pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional, uji validitas dan reliabilitas dan uji teknik analisis data.”
- d. Bab IV terdiri “hasil penelitian, hipotesis dan pembahasan.”
- e. Bab V berisi tentang “kesimpulan dan saran.”

