

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di dalam kehidupan manusia komunikasi sangat diperlukan dalam menjalani keseharian. Karena manusia dasarnya sebagai makhluk sosial yang sangat menyukai komunikasi. Hal ini dikarenakan komunikasi merupakan suatu seni untuk menyampaikan informasi yang berupa pesan, ide, dan juga gagasan dari komunikator kepada khalayak baik secara verbal ataupun non-verbal dengan tujuan untuk mengubah serta membentuk perilaku baik itu sikap, pemahaman, dan pandangan khalayak. Komunikasi sangatlah penting, terutama bagi perusahaan atau organisasi, guna mencapai kesepakatan bersama.¹

Bagi sebuah perusahaan, komunikasi sangat penting, karena tidak hanya dalam hubungan antar individu, tetapi juga antara pimpinan dengan para karyawan. Karena komunikasi yang efektif yakni berkomunikasi secara dua arah (*two ways traffic communication*) dengan adanya komunikasi yang ideal tersebut maka dapat memudahkan tercapainya tujuan perusahaan.²

Dalam perusahaan tidak hanya komunikasi dari atasan ke bawahan (*downward*) saja yang diperlukan, akan tetapi dari bawahan ke atasan (*upward*) dan departemen sejawatnya (*horizontal*) juga sangat diperlukan. Selain

¹ Fahma Richa Rahmana dkk, *Komunikasi dan Konseling Dalam Kebidanan*, Media Sains Indonesia, 2021

² Wahyuni HR, Skripsi: *Pola Komunikasi Organisasi Antara Pimpinan dan Karyawan Dalam Membangun Kepuasan Kerja di PT. Semen Tanosa Kabupaten Pangkep*, (Makassar : UIN Alauddin, 2014), Hal. 2.

komunikasi interaktif antara atasan dengan bawahan, komunikasi dua arah antara individu pada level yang sama juga penting (*diagonal*). Karena seringkali kita menemukan dalam suatu perusahaan adanya kesalahan atau *miss* dalam memberikan informasi dari individu ke individu lainnya yang menyebabkan terhambatnya suatu pekerjaan. Dengan adanya hal tersebut maka diperlukan pola komunikasi yang baik.³

Untuk berkomunikasi dengan baik dalam sebuah organisasi atau perusahaan, seorang pemimpin atau manajer perlu menciptakan model kerja sama dan komunikasi yang efektif. Model-model ini bekerja dengan penuh percaya diri, dinamis, dan harmonis. Selain itu juga dengan adanya pola komunikasi dalam perusahaan maka tujuan perusahaan akan tercapai dengan efektif. Masukan yang diproses secara tidak langsung akan memberikan keluaran yang diharapkan dan yang direncanakan.

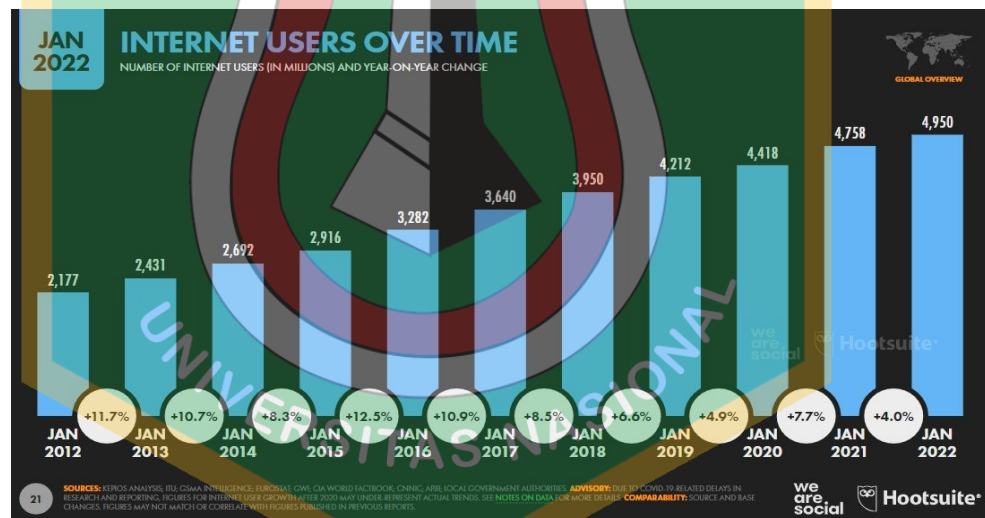
Saat ini dengan berkembang pesatnya teknologi digital, komunikasi menjadi lebih mudah dilakukan karena manusia dapat mengakses dimanapun dan kapanpun tanpa adanya batasan waktu. Itu artinya, manusia sudah dapat dengan mudah memanfaatkan perkembangan teknologi digital yang semakin bertumbuh pesat di era digital sekarang ini dengan sebaik-baiknya.

Komunikasi yang terjadi dapat melalui berbagai macam jenis media komunikasi yang ada. Media komunikasi tersebut merupakan salah satu wadah penyalur informasi dari komunikator kepada khalayak yang mana media komunikasi tersebut dapat berupa telepon, smartphone, koran, radio, computer,

³ <https://www.168solution.com/news-mengenal-4-jenis-arrah-komunikasi-dalam-organisasi>

surat elektronik, jaringan internet dan masih banyak media komunikasi lainnya yang memiliki peran serta fungsi masing-masing dari alat komunikasi lainnya yang memiliki peran serta fungsi masing-masing dari alat komunikasi alat komunikasi itu sendiri.⁴

“Berdasarkan laporan dari *We Are Social* dan *Platform* pengelola media sosial Hootsuite mengatakan bahwa ada sekitar 201,8 juta dari 273,8 juta jiwa penduduk Indonesia pada 31 Desember 2021 yang menggunakan internet sekitar Januari 2022. Dalam laporan yang berjudul *Digital 2022* yaitu *Global Overview Report* mengatakan bahwa dari 7,91 miliar populasi dunia, sebanyak 4,95 miliar penduduk atau 62% sudah mengakses internet. Dalam laporan tersebut juga menyampaikan bahwa rata-rata orang menghabiskan 6 jam 58 menit per hari untuk terhubung atau memakai internet. Dan 92,1% orang mengakses internet memakai perangkat mobile. Jika dikalkulasikan ada sekitar 73,7% penduduk Indonesia menggunakan internet”.⁵



Gambar 1.1 (Penggunaan internet di Indonesia pada Januari 2022)

Sumber: Hootsuite

⁴ Laudia Tysara, “Liputan6, 27 Januari, 2021, <https://www.liputan6.com/hot/read/4467850/media-adalah-alat-untuk-menyalurkan-pesan-dan-informasi-ketahui-jenis-jenisnya>

⁵ Editor Investor Receh, “Jumlah Pengguna Internet di Indonesia”, <https://www.receh.in/2-22/-/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia.html?m=1>

Sebagian pekerja kantoran mungkin sudah tidak asing dengan salah satu aplikasi “Slack” sebagai media komunikasi dalam perusahaan nya. *Slack Technologies, Inc* adalah salah satu aplikasi perangkat lunak yang didirikan oleh perusahaan start-up Amerika Serikat yang sebelumnya bernama *Tiny Speck* pada tahun 2009 oleh Stewart Butterfield, Eric Castello, Cal Henderson, dan Serguei Mourachov.⁶

Dengan adanya aplikasi Slack sangat memudahkan para pekerja atau karyawan dalam berkomunikasi banyak hal, terutama urusan pekerjaan dan persoalan yang dihadapi. Seperti halnya pada PT. Pngansari Utama Patisserie yang memanfaatkan aplikasi slack sebagai media kounikasi karyawan baik menyeluruh atau per-divisi. Hal ini dikarenakan dalam aplikasi Slack memiliki fitur yang memikat, terdapat 2 metode percakapan yang digunakan yaitu: *Channel* (Obrolan Grup) dan *Direct Message* (Pesan Langsung).



Gambar 1.2 (Tampilan Slack Channel dan Direct Message)

Sumber: Glints.com

⁶ <https://www.wikipedia.org/wiki/slack-technologies>

Aplikasi Slack ini bersifat umum dan publik, sehingga setiap anggota karyawan yang bergabung dalam satu channel dapat berkomunikasi dan berkontribusi untuk kepentingan perusahaan. Karyawan juga memiliki wewenang untuk membuat channel baru untuk mengerjakan suatu proyek khusus dengan tim seajarnya sehingga karyawan dapat lebih fokus dalam melakukan komunikasi dan menyelesaikan setiap pekerjaan dengan berkontribusi dalam menyelesaikan persoalan yang dihadapi.

Tidak hanya itu, *channel* dalam aplikasi slack juga dapat di buat opsi privasi. Artinya, anggota karyawan lainnya hanya dapat melihat dan bergabung jika diundang dalam *channel* tersebut. Akan tetapi pemilihan opsi privasi ini secara permanen tidak akan bisa dirubah menjadi opsi *general*. Jadi, perlu kebijakan dalam menunjuk siapa admin dan anggota yang menjadi bagian dari *channel* tersebut.

Karena prosedur kerja yang diajarkan oleh para pemimpin, sehingga kerap ditemukan bahwa para karyawannya merasa kurang puas dalam melaksanakan tugas-tugas mereka. Dengan demikian, karyawan cenderung takut, cemas, dan enggan memenuhi tanggung jawab mereka. Perasaan ini membuat kurang produktif dalam menyelesaikan tugas.⁷

PT. Pangansari Utama Patisserie adalah perusahaan yang bergerak di industry makanan dan minuman, khususnya dalam pembuatan dan penjualan produk kopi dan pastry. Perusahaan ini memiliki tim yang terdiri dari berbagai departemen, seperti produksi, penjualan, dan sumber daya manusia. Dalam

⁷ Ikvheynha Awlya, “PPT Komunikasi” Slideshare, 21 April, 2015, <https://www.slideshare.net/ikvheynhaawlya/ppt-komunikasi>

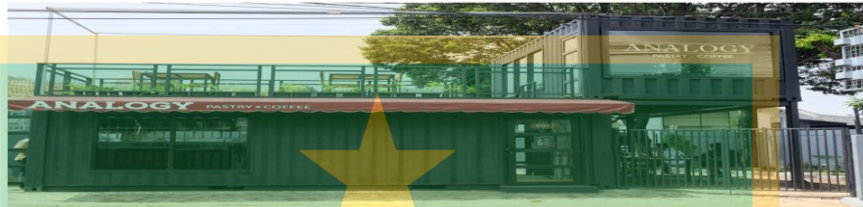
lingkungan kerja yang dinamis seperti ini, komunikasi yang efektif dan kolaborasi yang baik menjadi faktor penting dalam menjalankan operasional perusahaan.

Untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi internal, PT. Pangansari Utama Patisserie mengadopsi media komunikasi Slack. Slack dinilai efektif karena kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh aplikasi slack ini dapat menunjang komunikasi yang terjalin dengan baik. PT. Pangansari Utama Patisserie bergerak dalam bidang *food industry* yang diketahui perusahaan ini sebagai anak perusahaan dari PT. Pangansari Utama dibawah naungan Media Grup. PT. Pangansari Utama Patisserie ini menjalankan bisnis dalam bidang *pastry bakery* dan *Coffee*.

Dalam penggunaan Slack, pola komunikasi yang terbentuk dapat berkembang berdasarkan struktur organisasi dan kebutuhan tim di PT. Pangansari Utama Patisserie. Hal ini dapat melibatkan pimpinan, dan anggota tim dalam saluran-saluran yang relevan dengan tugas dan tanggung jawab mereka, dimana anggota tim dapat berkomunikasi tentang proyek, pertanyaan, atau masalah yang terkait dengan divisi mereka.

Selain itu, pola komunikasi juga dapat melibatkan saluran yang dikelola oleh pimpinan atau manajer, seperti #pengumuman atau #update, di mana pimpinan dapat memberikan arahan, pengumuman penting, dan pembaruan kepada seluruh tim. Komunikasi vertikal juga dapat terjadi melalui pesan pribadi atau *thread* dimana anggota tim dapat menghubungi pimpinan atau manajer untuk pertanyaan, laporan, atau diskusi lebih rinci.

Kafe Analogy Pastry and Coffee Bernuansa Asyik dan Santai



Gambar 1.3 (salah satu bisnis PT. Pangansari Utama Patisserie)

Sumber: Google.

Alasan penulis memilih PT. Pangansari Utama Patisserie pada penelitian ini karena perusahaan ini termasuk dalam perusahaan yang berfokus pada bidang *food distribution* dengan rasa dan kualitas produk premium yang dibutuhkan konsumen. Sehingga untuk menjaga cita rasa dan kualitas premium dari perusahaan ini diperlukan komunikasi yang efektif untuk membangun kesepakatan pemikiran karyawan dan pimpinan. Hal ini bertujuan untuk menjaga stabilitas pelayanan kepada konsumen.

Selain itu juga permasalahan yang biasa dialami dalam komunikasi pada suatu perusahaan termasuk PT. Pangansari Utama Patisserie yaitu mengenai *miss communication* baik dalam komunikasi atasan ke bawahan, atau komunikasi bawahan ke atasan, serta komunikasi bawahan ke bawahan. Sehingga pimpinan dalam perusahaan ini menerapkan untuk semua karyawan menggunakan Slack sebagai alat komunikasi.

Menyikapi fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti “**Pola Komunikasi Internal Karyawan PT. Pangansari Utama Patisserie Melalui**

Media Komunikasi Slack". Untuk membentuk pola komunikasi itu sendiri, manajer perlu memberikan arahan serta informasi detail dan menyeluruh kepada karyawan melalui aplikasi Slack.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini yaitu "Bagaimana pola komunikasi internal karyawan PT. Pangansari Utama Patisserie melalui media komunikasi slack?"

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Pola Komunikasi Internal Karyawan PT. Pangansari Utama Patisserie Melalui Media Komunikasi Slack.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini diantaranya ada dua manfaat yaitu sebagai berikut:

a. Manfaat Akademik

Secara akademik penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang ilmu komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi sumber informasi mengenai pola komunikasi pada perusahaan atau organisasi.

b. Manfaat Praktis

Manfaat praktis merupakan suatu manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan penulis. Penelitian ini diharapkan bisa

digunakan sebagai sumber informasi bagi para peneliti lain yang bekerja di bidang komunikasi dan organisasi serta dapat bermanfaat bagi beberapa perusahaan di Indonesia sebagai bahan untuk masukan berkaitan dengan judul penulis yaitu Pola Komunikasi Internal Karyawan PT. Pangansari Utama Patisserie.

1.5 Sistematika Penulisan

Guna memudahkan saat melihat dan mengetahui topic pembahasan dalam proposal skripsi ini secara keseluruhan, maka diperlukan sebuah sistematika penulisan seminar proposal. Teknik penulisan skripsi, memiliki 5 bagian, yaitu 1) Bagian Awal, 2) Bagian Isi, 3) Referensi, 4) Pembahasan dan Bagian, 5) Kesimpulan, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab I ini memaparkan lima sub bab yaitu latar belakang yang berisikan konteks penelitian yang secara garis besar menggambarkan Pola Komunikasi Internal Karyawan PT. Pangansari Utama Pattiseire Melalui Media Komunikasi Slack, masalah pada penelitian dengan fokus bagaimana Pola Komunikasi Internal Karyawan PT. Pangansari Utama Pattiserie Melalui Media Komunikasi Slack sehingga dapat membangun komunikasi yang efektif, dengan tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisikan pemaparan sub bab yaitu memaparkan beberapa penelitian terdahulu untuk dijadikan bahan referensi oleh penulis dalam menyusun penulisan yang diambil dari beberapa mahasiswa dari perguruan tinggi yang berbeda, memaparkan teori yang digunakan dalam penelitian yaitu teori pola komunikasi, berisikan landasan konseptual, dan memaparkan kerangka pemikiran dari penelitian yang dibuat oleh penulis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi pemaparan dari lima sub bab yaitu memaparkan pendekatan dan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian dengan pendekatan yang digunakan oleh penulis adalah pendekatan kualitatif. Kemudian penulis juga memaparkan penentuan informan yang penulis gunakan dalam penelitian ini sehingga tepat sasaran dan juga mendapatkan keakuratan data dalam penelitian ini. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder, dengan memaparkan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian penulis yakni wawancara, dokumentasi, dan memaparkan teknik keabsahan data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisikan pemaparan terkait pola komunikasi dan memaparkan pembahasan yang berupa hasil analisis penulis

dengan memaparkan gambaran perusahaan PT. Pangansari Utama Patisserie yang meliputi dasar pembentukan perusahaan, visi dan misi, serta struktur perusahaan. Penulis juga memaparkan pola komunikasi internal karyawan dalam penggunaan media komunikasi Slack dan pembahasan yang berupa hasil dari analisis penulis pada temuan yang telah didapatkan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran penelitian yang ditunjukkan untuk PT. Pangansari Utama Patisserie oleh penulis terkait apa saja yang perlu di evaluasi untuk membangun komunikasi internal karyawan di masa yang akan datang.

