

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Interaksi merupakan salah satu aspek fundamental dalam dinamika organisasi yang memengaruhi bagaimana individu dan kelompok berkomunikasi serta bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama. Dalam sebuah organisasi, proses interaksi tidak hanya melibatkan pertukaran informasi, tetapi juga mencakup berbagai bentuk komunikasi yang membentuk pola hubungan sosial, pengambilan keputusan, serta penyelesaian masalah. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai proses interaksi sangat penting untuk mengetahui bagaimana komunikasi berlangsung dan bagaimana hal tersebut memengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan.

Proses interaksi dalam organisasi tidak hanya sekadar komunikasi verbal atau tertulis, tetapi juga mencakup dinamika hubungan sosial yang kompleks antara individu maupun kelompok. Interaksi ini terjadi dalam berbagai bentuk, mulai dari komunikasi formal yang terstruktur sesuai dengan hierarki organisasi, hingga komunikasi informal yang terjadi secara spontan antar anggota. Keberhasilan organisasi sangat bergantung pada bagaimana proses interaksi ini dikelola, karena interaksi yang efektif dapat meningkatkan koordinasi, mempercepat pengambilan keputusan, serta memperkuat kohesi dan motivasi kerja.

Dalam konteks perusahaan modern, interaksi dan kerjasama antar divisi menjadi faktor kunci keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan bersama. Namun, seringkali perbedaan karakteristik, tujuan, dan cara kerja antar divisi menimbulkan hambatan komunikasi dan potensi konflik yang dapat mengganggu sinergi tim. Fenomena ini menuntut adanya proses interaksi yang efektif untuk membangun pemahaman bersama, saling menghargai, dan kolaborasi yang berkelanjutan antar divisi.

Dalam organisasi perusahaan, proses interaksi juga dipengaruhi oleh struktur organisasi yang mengatur peran, wewenang, dan tanggung jawab setiap individu. Struktur ini membentuk jaringan komunikasi yang menghubungkan berbagai bagian dalam perusahaan, baik secara vertikal (antara atasan dan bawahan) maupun horizontal (antar rekan sejawat). Selain itu, lingkungan internal dan eksternal yang

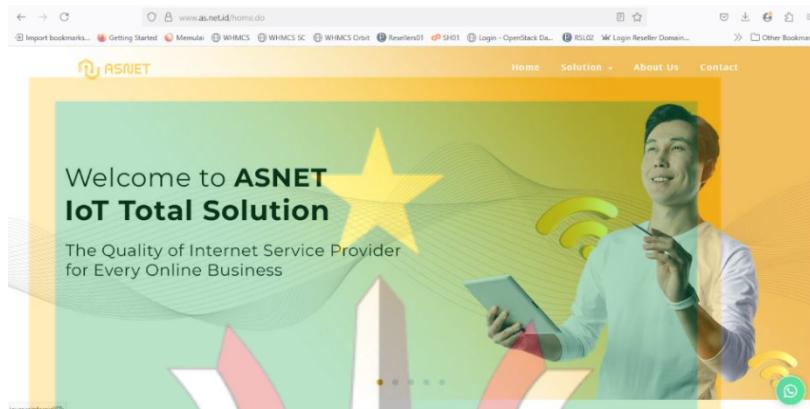
dinamis menuntut organisasi untuk terus menyesuaikan pola interaksi agar tetap relevan dan responsif terhadap perubahan.

PT Usaha Adi Sanggoro adalah penyedia layanan *internet* serta *data center*, lebih dikenal sebagai *Internet Service Provider* dalam bisnis teknologi informasi dan komunikasi. Perusahaan ini memiliki jaringan yang terhubung langsung ke *International Exchange* dan *Indonesia Internet Exchange* melalui jaringan fiber optik. Sebagai ISP, PT Usaha Adi Sanggoro juga memiliki sejumlah alokasi IP, dengan sejumlah prefix IPv4 dan IPv6 yang digunakan. PT Usaha Adi Sanggoro telah terhubung ke berbagai jaringan utama di dunia seperti IIJ Singapore, Equinix Singapore, AIX-Surabaya, dan IIX-Jakarta, dan lain-lain, hingga 100Gbps di beberapa koneksi internasional. PT Usaha Adi Sanggoro adalah pelopor penyedia layanan *internet* berkecepatan tinggi di Indonesia, dengan fokus pada kecepatan *internet*, stabilitas, dan kualitas pelayanan kepada para pelanggannya.

Terdapat beberapa anak perusahaan di PT Usaha Adi Sanggoro yang berfokus pada jenis layanan teknologi informasi yang berbeda, yaitu:

1. **ASNET**, Sebagai penyedia solusi IoT dan layanan *internet*, ASNET menawarkan berbagai layanan, meliputi *cloud computing*, interkoneksi jaringan, dan infrastruktur data center. Dengan tim yang berpengalaman, ASNET telah menyelesaikan ribuan proyek untuk klien dari sektor perusahaan, perhotelan hingga pemerintah.
2. **Sengked.com**, layanan menyediakan layanan *colocation server* dan data center, di mana pelanggan dapat menyimpan *colocation server* mereka di dalam pusat data tanpa harus menangani infrastruktur yang rumit, layanan ini membuat pengaturan *colocation server* dan manajemen infrastruktur seefisien mungkin bagi bisnis.
3. **SengkedCloud**, sebuah layanan yang menyediakan layanan *cloud computing* yang dapat disesuaikan khususkan. Pelanggan dapat memilih antara solusi *cloud* yang ditawarkan atau menyesuaikan *colocation server* berdasarkan kebutuhan mereka.

4. **SengkedFiber**, yang merupakan layanan *internet* berbasis fiber optik, yang disediakan oleh Sengked untuk pelanggan rumah tangga dan apartemen. Dengan kecepatan koneksi hingga 60 Mbps, Sengked Fiber bertujuan memberikan akses *internet* yang berkualitas tinggi kepada pelanggan residential.

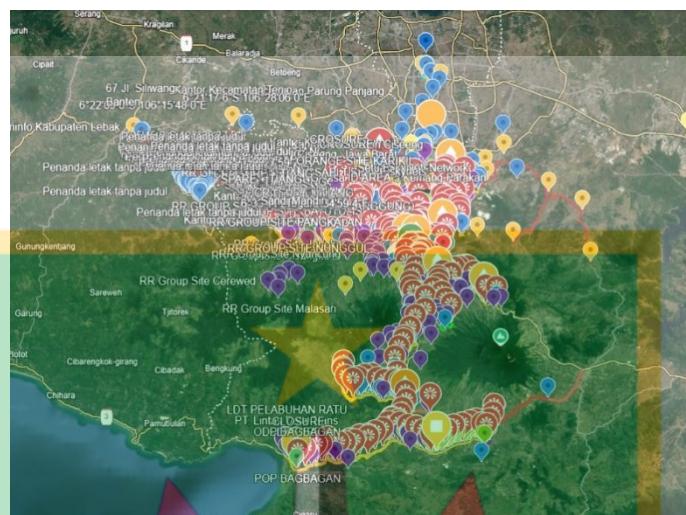


Gambar 1. 1 Profil Salah Satu Anak Perusahaan (ASNET)

PT Usaha Adi Sanggoro sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri membutuhkan proses komunikasi yang terstruktur dan efisien serta interaksi yang baik antar divisi. Hal ini penting agar setiap divisi dapat saling memahami, menyampaikan informasi secara tepat, dan menjaga kerjasama yang harmonis demi keberhasilan perusahaan. Namun, dalam praktiknya, proses interaksi antar divisi tidak selalu berjalan mulus. Terdapat berbagai hambatan komunikasi yang dapat memicu ketidaksepahaman, konflik, atau bahkan kegagalan dalam mencapai target organisasi.

PT Usaha Adi Sanggoro merupakan salah satu perusahaan yang aktif dalam menjalankan kegiatan bisnisnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Sebagai sebuah organisasi, PT Usaha Adi Sanggoro menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola komunikasi dan interaksi antar individu maupun kelompok di dalam perusahaan, serta dengan pihak eksternal seperti pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Proses interaksi yang terjadi di perusahaan ini menjadi sangat penting untuk dianalisis agar dapat memahami bagaimana komunikasi berjalan dan

bagaimana hal tersebut memengaruhi kerjasama antar divisi yang terjadi di perusahaan.



Gambar 1. 2 *coverage area bogor*

Hingga pertengahan tahun 2025, PT Usaha Adi Sanggoro telah berhasil membangun jaringan *internet* yang mencakup lebih dari **700 kilometer** wilayah di Bogor. Area cakupan tersebut meliputi berbagai titik strategis yang tersebar mulai dari wilayah **utara** seperti Parung Panjang dan Tenjo, wilayah **tengah** seperti Cibinong, Leuwiliang, dan Ciampea, hingga wilayah **selatan** seperti Cijeruk, Cigombong, Cikidang, dan Pelabuhan Ratu.

Cakupan ini tidak hanya mencerminkan keberhasilan teknis, tetapi juga menuntut kolaborasi yang erat antara berbagai divisi, seperti teknisi, tim NOC (*Network Operation Center*), dan *Marketing*. Gambar yang dilampirkan dalam dokumen ini menggambarkan ribuan titik koordinat yang mewakili lokasi *site*, klien, titik jaringan FO, POP (*Point of Presence*), hingga lokasi teknis lain yang menjadi bagian dari proses pengadaan jaringan. Penanda lokasi dengan warna berbeda menunjukkan sebaran dan fungsi dari masing-masing titik jaringan. Gambar tersebut menjadi bukti visual dari persebaran jaringan yang kompleks dan terorganisasi.

Dalam hal klien, PT Usaha Adi Sanggoro saat ini telah melayani sekitar 3.000 pelanggan, yang terdiri dari:

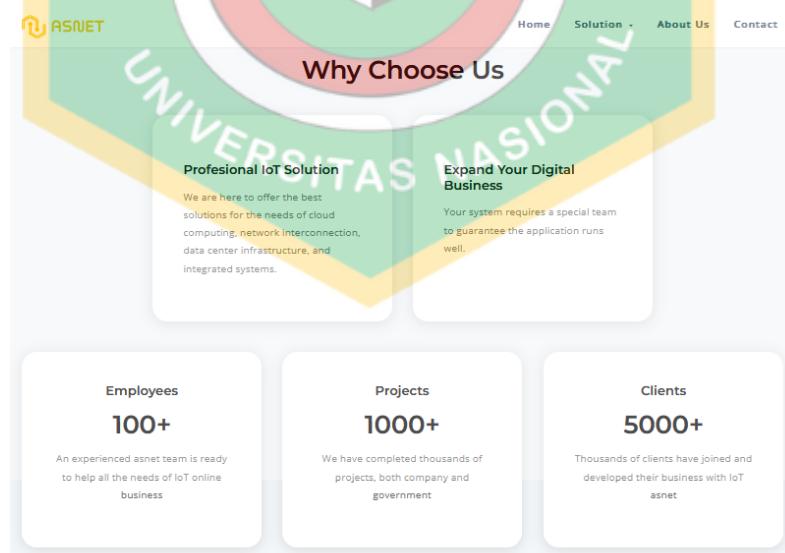
1. Pengguna *internet* rumahan (retail),

2. Klien institusional (perusahaan, sekolah, kantor desa),
3. Hingga klien dari segmen RT/RW Net dan operator POP lokal.

Jumlah pelanggan yang besar ini membawa konsekuensi terhadap kebutuhan layanan yang cepat, responsif, dan handal. Setiap proses instalasi, penanganan gangguan, pemeliharaan jaringan, maupun aktivasi layanan baru melibatkan banyak divisi secara simultan. Hal ini membuat interaksi antar divisi menjadi faktor krusial yang menentukan keberhasilan operasional di lapangan.

Wilayah Bogor sendiri memiliki karakter geografis yang cukup beragam dari kawasan padat perkotaan, hingga perdesaan dengan akses jalan yang menantang. Keadaan ini menuntut fleksibilitas tinggi dari tim teknis dan koordinasi dinamis dari divisi lain, agar distribusi jaringan tetap merata dan menjangkau wilayah terpencil.

Dengan cakupan wilayah dan jumlah klien sebesar itu, peran komunikasi lintas divisi menjadi semakin vital. Komunikasi harus mampu menjembatani kebutuhan lapangan, menyamakan pemahaman antar divisi, serta mempercepat pengambilan keputusan. Di sinilah pentingnya pemahaman terhadap bentuk-bentuk interaksi yang berlangsung di internal perusahaan.



Gambar 1. 3 Total Karyawan, Projects, dan Clients

PT Usaha Adi Sanggoro telah memiliki lebih dari 100 karyawan, serta sudah memiliki lebih dari 5000 pelanggan yang tersebar luas di Indonesia, hal ini yang menjadi tantangan bagi manajemen perusahaan terutama dengan banyaknya karyawan, proses interaksi yang efektif tentunya perlu ditingkatkan untuk menjalin kerjasama yang baik dari internal maupun eksternal.

PT Usaha Adi Sanggoro sebagai perusahaan penyedia layanan dan infrastruktur teknologi di wilayah Bogor kerap terlibat dalam kegiatan pengadaan jaringan *internet* yang melibatkan banyak pihak internal divisi teknis, pemasaran, keuangan, serta pengadaan/operasional. Setiap divisi memiliki kepentingan dan tugas yang saling berkaitan, menuntut komunikasi intensif dan koordinasi yang solid.

Penadaan jaringan *internet* bukan kerja satu pihak; ia menuntut kolaborasi antara *Network Operation Center* (NOC), teknisi lapangan, dan divisi yang berhubungan langsung dengan mitra/klien. Tiap divisi memiliki tanggung jawab dan tantangan spesifik. Permasalahan yang kerap muncul berakar pada belum efektifnya komunikasi lintas divisi, sehingga rencana awal sering tidak selaras dengan realisasi di lapangan.

Dari sisi NOC, kendala utama ialah ketidaksesuaian antara hasil pemetaan (*mapping*) cakupan jaringan dengan kondisi nyata di lapangan. Data *mapping* untuk menentukan jarak dan ketersediaan jaringan tidak jarang berbeda saat diverifikasi, memicu salah perhitungan penarikan kabel dan menunda instalasi, yang berujung pada ketidakpuasan klien.

Divisi teknisi lapangan menghadapi tantangan penjadwalan: survei lokasi dan aktivasi yang sudah ditetapkan kerap meleset akibat faktor cuaca, kendala teknis, atau kurangnya informasi akurat dari divisi lain. Ketidakstabilitan jadwal ini menurunkan efisiensi operasional sekaligus memperburuk persepsi klien atas profesionalisme perusahaan.

Di sisi lain, komunikasi dengan mitra/klien turut menantang. Sebagian klien belum memahami perbedaan mendasar antara layanan *internet dedicated* dan *broadband*, sehingga terjadi ketidaksesuaian ekspektasi misalnya menganggap kualitas dan prioritas jaringan broadband setara dengan dedicated, padahal secara

teknis berbeda. Tak jarang pula klien belum memahami pengaturan teknis dasar seperti konfigurasi modem, IP statis (*static IP*), atau pengaturan *router* internal yang menimbulkan ketergantungan penuh pada teknisi untuk hal-hal dasar. Akibatnya, durasi aktivasi bertambah dan beban kerja tim teknis meningkat. Rangkaian permasalahan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi dan koordinasi antardivisi serta antara perusahaan dengan klien belum optimal, sehingga berdampak signifikan pada efisiensi proses kerja dan kualitas layanan. Dalam perspektif *public relations* internal, hal ini menandakan adanya celah dalam sistem komunikasi organisasi yang seharusnya menjembatani kebutuhan antarbagiannya agar persepsi dan tujuan tetap selaras.

Sebagai kerja kolaboratif lintas divisi, pengadaan jaringan *internet* menjadi titik krusial untuk menilai efektivitas komunikasi antardivisi di PT Usaha Adi Sanggoro. Seiring meningkatnya kebutuhan masyarakat akan layanan *internet* yang cepat dan stabil, perusahaan dituntut membangun sistem kerja yang responsif dan efisien. Karena itu, penting menganalisis bagaimana proses interaksi antardivisi berlangsung serta faktor yang memengaruhi keberhasilan maupun kendalanya.

Interaksi lintas divisi (*Marketing–NOC–Teknisi*) dalam pengadaan jaringan *internet* di PT Usaha Adi Sanggoro khususnya di wilayah Bogor masih dihadapkan pada ketidakselarasan data *mapping* dengan temuan lapangan, keterlambatan aliran informasi untuk penjadwalan survei dan aktivasi, serta kebutuhan penyusunan ulang (*recoding*) pesan teknis agar mudah dipahami klien. Koordinasi cepat melalui grup digital membantu, namun dokumentasi evaluasi dan SOP komunikasi lintas divisi belum sepenuhnya baku. Kondisi ini berpotensi menunda instalasi, menurunkan kepuasan pelanggan, dan menambah beban kerja. Karena itu, penelitian ini memanfaatkan kerangka analisis proses interaksi mencakup ranah komunikasi, evaluasi, pengawasan, keputusan, pengurangan ketegangan, dan reintegrasi untuk merumuskan perbaikan alur kerja serta tata kelola komunikasi yang terukur dalam pengadaan jaringan *internet* di wilayah Bogor.

Penelitian ini bertujuan menganalisis proses interaksi antardivisi di PT Usaha Adi Sanggoro dalam konteks pengadaan jaringan *internet* di Bogor, dengan fokus pada alur komunikasi, peran tiap divisi, serta faktor pendukung dan

penghambatnya. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan untuk menggali pengalaman dan pandangan langsung para pihak yang terlibat.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang sudah dijabarkan, rumusan masalah yang telah diformulasikan adalah “Bagaimana analisis proses interaksi antar Divisi PT Usaha Adi Sanggoro dalam kegiatan pengadaan jaringan *internet* di wilayah Bogor”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah menganalisis proses interaksi antar divisi di PT Usaha Adi Sanggoro dalam kegiatan pengadaan jaringan *internet* di wilayah Bogor.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi organisasi dan komunikasi antar divisi di lingkungan kerja.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas bagi PT Usaha Adi Sanggoro terkait efektivitas komunikasi antar divisi yang telah berlangsung dalam kegiatan pengadaan *internet*.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang masalah yang melandasi penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian (yang diselaraskan dengan rumusan masalah), manfaat penelitian (teoritis dan praktis), serta sistematika penulisan. Bagian ini menempatkan isu utama proses interaksi antar divisi dalam kegiatan pengadaan jaringan *internet* sebagai fokus yang akan diteliti.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bab ini memaparkan penelitian terdahulu yang relevan dan unsur kebaruan (*novelty*), landasan teori yang digunakan, landasan konsep, serta kerangka berpikir yang merangkum alur analisis penelitian. Penyusunan bab ini bertujuan membangun pijakan teoretis dan konseptual yang menjadi dasar pembacaan temuan di lapangan.

BAB III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan paradigma dan pendekatan penelitian, jenis penelitian, penentuan informan (teknik dan kriteria), teknik pengumpulan data (wawancara, observasi, studi pustaka), teknik analisis data, serta teknik keabsahan data. Di bagian akhir dicantumkan lokasi dan waktu penelitian. Bab ini memastikan rancangan penelitian mampu menjawab rumusan masalah secara valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian (profil perusahaan, struktur organisasi, dan profil narasumber), hasil penelitian sesuai fokus (komunikasi organisasi antardivisi, proses interaksi antardivisi, peran divisi dalam pengadaan, tujuan perusahaan, serta alur pengadaan jaringan *internet*), dan pembahasan yang menafsirkan temuan. Pembahasan menekankan problem komunikasi yang teridentifikasi dan implikasinya terhadap koordinasi kerja dan capaian pengadaan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini merangkum temuan utama penelitian sebagai jawaban atas rumusan masalah dan menyampaikan saran yang dapat dipertimbangkan oleh pihak terkait maupun peneliti selanjutnya.

