

Iklim Komunikasi Perusahaan Infrastruktur Swasta Pada Masa Transisi Pemerintahan (Studi Kasus Iklim Komunikasi Organisasi di PT Citra Marga Nusaphala Persada Tbk)

Yanuar Luqman, author

Deskripsi Dokumen: <https://lib.ui.ac.id/bo/uibo/detail.jsp?id=71485&lokasi=lokal>

Abstrak

Perubahan yang terjadi pasca berakhirnya rezim orde baru membawa dampak di setiap sektor. Dampak yang terjadi banyak dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan politik. Dalam skala yang mikro, PT Citra Marga Nusaphala Persada Tbk merasakan dampak yang ditimbulkan atas perubahan yang terjadi. CMNP adalah perusahaan yang pada masanya berkaitan dengan penguasa orde baru. Selain dampak ekonomi makro, dampak perubahan kebijakan yang bersifat politis juga dirasakan. Kebijakan pemerintah baru dalam usaha memerangi KKN menimbulkan krisis di CMNP, antara lain tentang perubahan kebijakan revenue sharing yang mengguncang CMNP. Guncangan tersebut menjadi salah satu faktor potensial yang mempengaruhi iklim komunikasi yang terjadi di kalangan karyawan CMNP.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui iklim komunikasi yang berlangsung di CMNP sebagai akibat dari masalah-masalah yang menimpa perusahaan dengan melihat persepsi karyawan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dan mengkaji tindakan komunikasi yang dilakukan karyawan berkaitan dengan permasalahan perusahaan. Permasalahan yang dialami CMNP adalah masih terhembusnya isu KKN, kinerja keuangan yang kurang baik dan gugatan revenue sharing yang berpotensial menyebabkan penurunan pendapatan perusahaan. Disamping itu, penelitian ini juga mengkaji peran bagian komunikasi korporat dalam mensikapi fenomena iklim komunikasi yang terjadi di kalangan karyawan CMNP dalam kaitannya dengan permasalahan perusahaan tersebut.

Untuk melakuan pengamatan iklim komunikasi yang terjadi di CMNP digunakan metodologi deskriptif kualitatif. Konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini diawali oleh konsep komunikasi organisasi. Selanjutnya dipaparkan konsep mengenai persepsi yang menjadi unsur utama dari bahasan iklim komunikasi. Untuk melakukan eksplorasi iklim yang terjadi di CMNP digunakan konsep tentang pusat perhatian iklim komunikasi. Konsep lainnya tentang karakteristik iklim komunikasi dan ditambahkan konsep tentang unsur-unsur yang mempengaruhi iklim komunikasi. Untuk menjawab pertanyaan mengenai peran public relations digunakan konsep employee relations yang membahas prinsip-prinsip employee relations dan kredibilitas .

Temuan yang didapat dari hasil ekplorasi bahwa di CMNP komunikasi antara bawahan dan atasan sebagai unsur perusahaan tidak supportive dengan bawahan merasa bahwa hubungan komunikasi mereka dengan atasan tidak membantu mereka dalam membangun dan memelihara rasa saling menghargai dan kepentingan semua pihak serta tidak dimungkinkannya keikutsertaan karyawan dalam proses pengambilan keputusan. Pada dasarnya karyawan percaya, yakin dan mengakui kredibilitas sumber informasi dalam perusahaan namun karyawan merasa bahwa keterbukaan dan keterusterangan para sumber informasi kurang. Pencapaian kinerja yang tinggi yang diharapkan dapat mendukung usaha repositioning tidak dapat berjalan baik karena

kebijakan yang tertuang dalam visi dan misi tidak terkomunikasikan dengan baik.

Hal lain yang ditemukan adalah adanya ketidak puasan atas kerja Departemen Komunikasi Korporat yang menjalankan fungsi public relations pada tataran employee relations. Hal tersebut terjadi lebih banyak disebabkan oleh kedudukan Departemen Komunikasi Korporat yang tidak strategis yaitu dibawah Corporate Secretary yang mengakibatkan panjangnya birokrasi yang harus ditempuh dalam menjalankan fungsinya.

Dari paparan realitas dan analisis yang telah dilakukan maka rekomendasi yang dapat disusun sebagai berikut : Untuk mendukung repositioning yang sedang dilakukan diperlukan kerjasama yang lebih solid antara karyawan dan manajemen. Komunikasi yang lancar dengan saling membantu dalam membangun rasa saling menghargai kepentingan masing-masing. Dalam membuat kebijakan yang khususnya menyangkut kepentingan karyawan, hendaknya karyawan dimungkinkan untuk bersama-sama dengan manajemen untuk berpartisipasi dalam pembuatan keputusan tersebut. Pembentukan rasa percaya dan keyakinan atas informasi yang diberikan oleh sumber informasi adalah penting. Kedua hal tersebut dibangun dari tingkat kredibilitas sumber informasi dalam hal ini atasan dan bukan karena ketiadaan alternatif sumber informasi lainnya.

Keterbukaan dan keterusterangan dalam menyampaikan informasi atas masalah yang menimpa perusahaan adalah penting. Untuk itu hal tersebut harus menjadikan dasar dari perilaku komunikasi dalam organisasi. Dengan dasar tersebut karyawan tidak lagi dibayangi oleh ketidakpastian yang dapat memperlemah kinerja. Berkaitan dengan usaha untuk mencapai kinerja yang tinggi diperlukan informasi-informasi yang akurat untuk modal melaksanakan perkerjaan. Dialog komprehensif yang diharapkan oleh para karyawan dapat menjadi pertimbangan untuk mengatasi ketidaklancaran komunikasi yang terjadi di CMNP. Agar komunikasi antar elemen perusahaan lancar maka diperlukan mediator yaitu Departemen Komunikasi Korporat yang handal dengan diberi akses yang seluas-luasnya dan diberi kesempatan untuk secara seimbang melakukan mediasi komunikasi.