

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia kerja modern, komunikasi menjadi elemen penting yang mendukung kelancaran aktivitas organisasi. Hubungan antara manajer dan karyawan sangat bergantung pada proses komunikasi yang efektif agar setiap informasi tersampaikan dengan jelas (Dewidianto et al., 2024). Komunikasi yang baik tidak hanya membantu menyampaikan arahan, tetapi juga menjaga keharmonisan dan meningkatkan produktivitas kerja. Sebaliknya, komunikasi yang buruk dapat memicu miskomunikasi, konflik internal, hingga menurunkan performa perusahaan (Tahir et al., 2023).

PT. Digital Duamedia Dotco, sebuah perusahaan *startup* yang berlokasi di Cirebon, menghadapi tantangan signifikan terkait dengan komunikasi. Komunikasi yang efektif adalah fondasi utama dalam menjaga kinerja perusahaan, terutama di industri kreatif yang sangat bergantung pada kolaborasi dan koordinasi yang baik antar berbagai divisi. Di PT. Digital Duamedia Dotco, sebuah agensi kreatif yang menangani berbagai proyek dari klien dengan kebutuhan yang beragam, peran manajer menjadi krusial dalam menjaga alur komunikasi yang lancar dan memastikan kinerja karyawan tetap optimal. Sayangnya, belakangan ini terjadi beberapa permasalahan terkait miskomunikasi antara manajer dan karyawan yang berdampak pada penurunan produktivitas dan hasil akhir dari proyek-proyek yang dikerjakan.

Salah satu sumber utama masalah ini adalah ketidakjelasan dalam penyampaian instruksi dari manajer kepada karyawan. Dalam industri kreatif, detail proyek sangat penting. Proyek-proyek yang dikerjakan oleh PT. Digital Duamedia Dotco melibatkan divisi-divisi yang ada, seperti desain grafis, pemasaran digital, video produksi, penulis konten, dan admin sosial media. Miskomunikasi dalam penyampaian *brief* dari klien atau perubahan kebutuhan di tengah jalan bisa berdampak signifikan pada hasil akhir.

Kinerja karyawan sangat dipengaruhi oleh cara pemimpin berkomunikasi. Menurut Choirullah dan Ramadhan (2024) bahwa pemimpin yang mampu memberikan arahan jelas, umpan balik terstruktur, serta membangun komunikasi dua arah cenderung lebih berhasil dalam meningkatkan motivasi dan produktivitas tim. Cahyati dan Adelia (2024) juga mendukung pandangan ini dengan menyebutkan bahwa gaya komunikasi partisipatif dan transformasional membantu menciptakan lingkungan kerja yang lebih kolaboratif dan inovatif.

Pemimpin yang efektif mampu membangun komunikasi yang jelas, terstruktur, dan membuka ruang dialog dua arah untuk memastikan setiap anggota tim memahami peran dan tanggung jawab mereka. Gaya kepemimpinan transformasional, yang menekankan pada inspirasi dan motivasi, serta komunikasi internal yang efektif, telah terbukti meningkatkan keterlibatan karyawan (Yulianti et al., 2018).

Di PT. Digital Duamedia Dotco, situasi yang terjadi justru berbanding terbalik. Kinerja karyawan mengalami penurunan yang terlihat dari proyek-proyek yang terlambat, hasil kerja yang kurang sesuai dengan ekspektasi klien, serta berkurangnya semangat dan inisiatif tim kreatif. Salah satu faktor yang diduga kuat mempengaruhi kondisi ini adalah kurangnya efektivitas komunikasi dari manajer. Arahan yang kurang jelas, *feedback* yang tidak terstruktur, serta minimnya komunikasi dua arah membuat karyawan merasa kehilangan arah dan motivasi.

Ketidaksesuaian ini menjadi dasar ketertarikan peneliti untuk mengkaji lebih dalam bagaimana strategi komunikasi kepemimpinan manajer di PT. Digital Duamedia Dotco mempengaruhi kinerja karyawan. Apakah benar ketidakefektifan komunikasi manajer menjadi pemicu utama penurunan kinerja? Dan bagaimana seharusnya strategi komunikasi kepemimpinan diterapkan agar kinerja karyawan dapat kembali meningkat?

PT. Digital Duamedia Dotco memiliki visi untuk menjadi pelopor dalam industri digital kreatif dengan menekankan inovasi dan kolaborasi tim. Selain itu, perusahaan mengedepankan nilai profesionalisme dan kerja sama

tim sebagai pondasi dalam mencapai tujuan strategis. Visi dan nilai ini menegaskan bahwa hubungan antara pemimpin dan karyawan bukan sekadar instruksional, tetapi bersifat kolaboratif, di mana pemimpin berperan sebagai fasilitator yang mendorong karyawan untuk berkembang dan berkontribusi aktif dalam proses kreatif. Namun, komunikasi yang terjadi lebih bersifat instruksional dan satu arah, bukan kolaboratif. Hal ini bertentangan dengan visi perusahaan yang menempatkan pemimpin sebagai fasilitator yang mendorong partisipasi aktif karyawan dalam proses kreatif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena tersebut dan menemukan strategi komunikasi kepemimpinan yang lebih efektif dalam mendukung produktivitas dan kinerja karyawan, khususnya di industri kreatif seperti PT. Digital Duamedia Dotco.

Dengan mempertimbangkan hal tersebut, studi ini memiliki tujuan untuk mengeksplorasi strategi komunikasi organisasi yang diterapkan oleh manajer PT. Digital Duamedia Dotco dalam meningkatkan kinerja karyawan. Penelitian ini juga berusaha menganalisis faktor-faktor yang menghalangi penerapan strategi komunikasi tersebut. Dengan mengenali faktor-faktor tersebut, perusahaan dapat mengembangkan strategi komunikasi yang lebih fleksibel dan sesuai dengan kebutuhan karyawan.

Hingga saat ini, belum ditemukan penelitian yang secara spesifik mengulas strategi komunikasi di PT. Digital Duamedia Dotco, terutama dalam konteks menghadapi tantangan yang disebabkan oleh latar belakang karyawan yang sebagian besar masih awam terhadap dunia digital. PT. Digital Duamedia Dotco memiliki visi untuk menjadi pelopor dalam industri digital kreatif dengan menekankan inovasi dan kolaborasi tim.

Selain itu, perusahaan mengedepankan nilai profesionalisme dan kerja sama tim sebagai pondasi dalam mencapai tujuan strategis. Visi dan nilai ini menegaskan bahwa hubungan antara pemimpin dan karyawan bukan sekadar instruksional, tetapi bersifat kolaboratif, di mana pemimpin berperan sebagai fasilitator yang mendorong karyawan untuk berkembang dan berkontribusi aktif dalam proses kreatif. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting

untuk mengkaji sejauh mana strategi komunikasi kepemimpinan yang diterapkan saat ini mendukung tercapainya visi dan nilai perusahaan.

Berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik membuat judul penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Kepemimpinan Manajer dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Digital Duamedia Dotco, Jalan Saputra, Kabupaten Cirebon).”

B. Identifikasi Masalah

Mengacu pada penjelasan latar belakang masalah yang telah disampaikan sebelumnya, permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Instruksi manajer kurang jelas dan tidak terstruktur
Arahan kerja yang diberikan oleh manajer sering kali disampaikan secara lisan tanpa format yang sistematis, sehingga karyawan kesulitan memahami tugas dengan tepat.
2. Minimnya komunikasi dua arah antara manajer dan karyawan
Kurangnya ruang untuk berdiskusi atau memberikan umpan balik menyebabkan komunikasi berjalan satu arah dan menimbulkan miskomunikasi.
3. Penurunan kinerja dan motivasi tim kreatif
Akibat komunikasi yang tidak efektif, semangat kerja dan inisiatif karyawan menurun, yang berdampak pada produktivitas dan keterlibatan mereka dalam proyek.
4. Terjadi keterlambatan dalam penyelesaian proyek
Proyek yang dikerjakan sering melewati tenggat waktu karena ketidaksesuaian pemahaman antara manajer dan tim kerja.
5. Kualitas *output* kerja tidak sesuai ekspektasi klien
Hasil kerja karyawan terkadang tidak memenuhi standar yang diinginkan klien karena kurangnya kejelasan dalam *brief* dan revisi yang tidak tersampaikan dengan baik.
6. Gaya komunikasi tidak sejalan dengan visi kolaboratif perusahaan

Manajer masih menerapkan pola komunikasi instruksional, bukan kolaboratif, padahal visi perusahaan menekankan peran pemimpin sebagai fasilitator dalam mendorong kreativitas tim.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini akan lebih terfokus jika peneliti membatasi ruang lingkup masalah, agar dapat memperjelas fokus penelitian. Oleh karena itu, peneliti membatasi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya membahas strategi komunikasi kepemimpinan yang diterapkan manajer di PT. Digital Duamedia Dotco, khususnya dalam aspek kejelasan instruksi, pemberian umpan balik, dan komunikasi dua arah. Aspek lain di luar strategi komunikasi tidak akan dikaji.
2. Subjek penelitian dibatasi pada manajer divisi dan karyawan dari tim inti kreatif (desain grafis, produksi video dan admin media sosial) yang terlibat langsung dalam proyek. Fokusnya adalah komunikasi internal antar manajer dan tim, tidak termasuk komunikasi eksternal dengan klien.
3. Penelitian ini membatasi kajian pada dinamika komunikasi selama 2 bulan terakhir (Februari 2025 - Maret 2025), dengan menitikberatkan pada komunikasi dalam penyampaian *brief* proyek, revisi, dan evaluasi hasil kerja. Faktor eksternal atau non-komunikasi hanya dibahas sebagai konteks pendukung, bukan variabel utama.
4. Pembahasan mengenai produktivitas karyawan difokuskan pada keluaran kerja (*output*) sesuai bidang tugas masing-masing, seperti kualitas desain, ketepatan konten, ketepatan waktu produksi video dan ketepatan pengelolaan akun media sosial.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi komunikasi kepemimpinan manajer PT. Digital Duamedia Dotco dalam meningkatkan produktivitas kinerja karyawan?
2. Bagaimana manajer PT. Digital Duamedia Dotco mengatasi kendala komunikasi pada karyawan?

3. Bagaimana manajer PT. Digital Duamedia Dotco memanfaatkan faktor-faktor pendukung komunikasi dalam meningkatkan produktivitas kinerja karyawan?
4. Bagaimana produktivitas kinerja karyawan PT. Digital Duamedia Dotco ditinjau dari bidang kerjanya masing-masing?

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi kepemimpinan yang digunakan oleh manajer PT. Digital Duamedia Dotco untuk meningkatkan produktivitas kinerja karyawan.
2. Untuk mengetahui bagaimana manajer PT. Digital Duamedia Dotco mengatasi kendala komunikasi pada karyawan.
3. Untuk mengetahui bagaimana manajer PT. Digital Duamedia Dotco memanfaatkan faktor-faktor pendukung komunikasi dalam meningkatkan produktivitas kinerja karyawan.
4. Untuk mengetahui produktivitas kinerja karyawan PT. Digital Duamedia Dotco ditinjau dari bidang kerjanya masing-masing

F. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi kepemimpinan dalam organisasi digital. Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan teoritis mengenai strategi komunikasi yang efektif dalam meningkatkan kinerja karyawan, serta menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa depan.

2. Kegunaan Praktis

a. Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pelaksanaan studi lanjutan mengenai komunikasi organisasi di lingkungan kerja digital,

khususnya terkait tantangan dan strategi dalam memimpin tim yang berasal dari latar belakang non-teknis.

b. Mahasiswa

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi praktis bagi mahasiswa dalam memahami implementasi nyata strategi komunikasi dalam organisasi, serta sebagai inspirasi untuk menyusun penelitian sejenis di bidang komunikasi atau manajemen.

c. Masyarakat

Penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata tentang pentingnya komunikasi dalam dunia kerja, serta menjadi sumber pembelajaran bagi masyarakat umum mengenai bagaimana komunikasi yang baik dapat menunjang produktivitas kerja.

d. Institusi Pendidikan dan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi institusi pendidikan dan penelitian, khususnya program studi terkait, dalam mengembangkan program atau kegiatan yang relevan di bidang komunikasi organisasi dan strategi pengelolaan sumber daya manusia.

e. Manajer

Penelitian ini memberikan landasan ilmiah mengenai pentingnya strategi komunikasi yang jelas, terbuka, dan partisipatif dalam mengelola tim, serta meningkatkan efektivitas kepemimpinan di lingkungan kerja kreatif.

f. Karyawan

Penelitian ini dapat menambah pemahaman tentang pentingnya komunikasi dua arah dan peran aktif karyawan dalam proses komunikasi organisasi, serta dampaknya terhadap peningkatan kinerja dan profesionalisme.