

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Budaya dan komunikasi memiliki hubungan erat yang bersifat saling mempengaruhi. Dalam kehidupan manusia, komunikasi berperan sebagai medium utama untuk mengintegrasikan budaya ke dalam berbagai aktivitas sosial. Seseorang berkomunikasi dengan cara yang dipengaruhi oleh budayanya, termasuk kapan, kepada siapa, dan bagaimana cara menyampaikan pesan. Budaya menentukan makna dan interpretasi pesan dalam komunikasi, sementara komunikasi berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan nilai-nilai budaya kepada individu maupun komunitas (Liliweri, 2013). Hubungan ini menciptakan simbiosis yang unik, di mana budaya memengaruhi komunikasi, dan sebaliknya komunikasi membentuk realitas budaya (Nakayama & Martin, 2003).

Dalam lingkup organisasi, budaya perusahaan memainkan peranan penting dalam menciptakan pola komunikasi yang terjadi di dalamnya. Budaya perusahaan mencerminkan nilai-nilai yang dipegang bersama oleh para anggota organisasi, yang menjadi pedoman dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Susanto (1997) menjelaskan bahwa budaya perusahaan adalah cara kerja yang diakui oleh semua anggota organisasi, mencakup norma dan nilai yang membentuk perilaku individu maupun kelompok. Nilai-nilai ini sering kali terbentuk dari sejarah organisasi, pengalaman bersama, serta kepemimpinan yang diterapkan. Selain itu, budaya

perusahaan yang baik dapat menciptakan lingkungan kerja yang positif, meningkatkan keterlibatan karyawan, dan memacu produktivitas.

Kenyataannya, tidak semua perusahaan mampu membangun budaya komunikasi yang ideal. Pola komunikasi yang buruk sering kali menjadi akar permasalahan dalam organisasi. Beberapa isu utama yang kerap muncul antara lain kurangnya transparansi, komunikasi yang tidak efektif, atau bahkan konflik antara karyawan dan manajemen. Murphy dan Peck (1987) mengungkapkan bahwa komunikasi yang buruk dapat berdampak negatif pada produktivitas, efisiensi, serta hubungan interpersonal di lingkungan kerja. Hal ini diperkuat oleh Roberts (2007), yang menyatakan bahwa komunikasi yang tidak efektif sering kali menjadi penghambat utama dalam pencapaian tujuan organisasi.

Sebagai salah satu perusahaan hiburan digital terbesar di Indonesia, RANS Entertainment memiliki pendekatan yang unik terhadap budaya kerja dan komunikasi di lingkungan organisasinya. Didirikan oleh pasangan selebriti Raffi Ahmad dan Nagita Slavina pada 27 Desember 2015, RANS Entertainment memulai perjalanannya sebagai *platform* untuk mendokumentasikan kehidupan pribadi mereka melalui kanal YouTube. Seiring waktu, perusahaan ini berkembang pesat menjadi ekosistem bisnis multinasional yang mencakup berbagai sektor, termasuk media sosial, produksi konten, kuliner, olahraga, dan properti.

Budaya perusahaan di RANS Entertainment dikenal dengan suasana kerja yang informal, fleksibel, dan kolaboratif. Penggunaan media sosial yang intens dan gaya komunikasi yang santai menjadi ciri khas budaya kerja perusahaan ini. Hierarki organisasi tidak menjadi elemen yang mendominasi, sehingga mendorong

terciptanya komunikasi yang terbuka dan transparan antara atasan dan bawahan. Kirkman dan Rosen (1999) menyebutkan bahwa komunikasi yang terbuka adalah kunci untuk memperkuat budaya organisasi yang positif, menciptakan kerja tim yang harmonis, dan mendorong kreativitas karyawan.

Raffi Ahmad dan Nagita Slavina sebagai figur sentral di perusahaan ini, memberikan pendekatan komunikasi yang personal dengan menyeluruh. Mereka menanamkan prinsip bahwa tidak ada batasan yang terlalu kaku antara pemimpin dan karyawan, selama hubungan tersebut didasarkan pada saling menghormati. Pola komunikasi ini memperlihatkan bagaimana kepemimpinan yang adaptif dapat mempengaruhi suasana kerja dan memperkuat solidaritas di antara anggota tim. Selain itu, karyawan di RANS Entertainment didorong untuk bersikap kreatif dan komunikatif dalam menyampaikan ide-ide baru, baik secara langsung maupun melalui media digital seperti WhatsApp dan Instagram.

Komunikasi yang efektif juga menjadi alat strategis dalam memastikan kelancaran operasional di RANS Entertainment. Sebagai perusahaan yang mengandalkan kolaborasi lintas tim, komunikasi memainkan peranan penting dalam menyelaraskan tujuan, mendistribusikan tugas, serta mengevaluasi hasil kerja. Goldhaber (1986) mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan dan pertukaran pesan dalam jaringan hubungan yang saling bergantung untuk menghadapi lingkungan yang dinamis. Dalam hal ini, komunikasi yang efektif memungkinkan RANS Entertainment untuk terus beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang berubah-ubah.

Komunikasi budaya tidak hanya sekadar pertukaran informasi, melainkan juga medium untuk memahami nilai-nilai yang dianut oleh suatu komunitas. Dalam organisasi, komunikasi budaya menjadi landasan untuk membangun identitas bersama, meningkatkan loyalitas karyawan, dan menciptakan lingkungan kerja secara menyeluruh. Julia T. Wood (2013) menjelaskan bahwa budaya adalah salah satu sistem terpenting tempat komunikasi berkembang. Melalui komunikasi budaya, individu belajar untuk memahami dan menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang beragam, sehingga tercipta harmoni dalam interaksi sehari-hari.

Namun, komunikasi budaya yang buruk dapat memunculkan berbagai kendala, seperti ketidakpahaman terhadap nilai-nilai organisasi atau konflik akibat perbedaan persepsi. Stewart (2001) menyatakan bahwa komunikasi antarbudaya memerlukan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan keanekaragaman, baik dalam hal kepercayaan, nilai, maupun perilaku. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan pola komunikasi yang adaptif sehingga dapat mengakomodasi kebutuhan berbagai pihak dalam organisasi.

Pentingnya komunikasi yang baik dapat dilihat dari berbagai kasus konflik di organisasi. Sebagai contoh, kasus penyiraman air keras yang dilakukan oleh seorang bawahan terhadap atasannya pada tahun 2024. Dikutip dari laman website [kompas.com](https://www.kompas.com) yang berjudul “Pria di Cengkareng Beli Air Keras lewat Toko *Daring*, lalu Siramkan ke Atasan sebab Sakit Hati” yang terjadi pada tanggal 5 September 2024. Dari peristiwa tersebut menunjukkan dampak serius dari komunikasi yang buruk di tempat kerja. Ketegangan antara karyawan dan manajemen sering kali

disebabkan oleh kurangnya empati, komunikasi yang tidak efektif, atau ketidaksesuaian dalam penyampaian pesan. Situasi semacam ini menggarisbawahi pentingnya komunikasi yang jujur, transparan, dan berbasis pada saling pengertian (Murphy & Peck, 1987).

Sebaliknya, organisasi yang berhasil membangun pola komunikasi yang baik cenderung memiliki tingkat konflik yang lebih rendah dan produktivitas yang lebih tinggi. RANS Entertainment, misalnya, menerapkan pola komunikasi yang berbasis pada kepercayaan dan solidaritas. Nilai-nilai ini tercermin dalam cara perusahaan mengelola hubungan antara karyawan dan manajemen, serta dalam kebijakan internal yang mendorong keterbukaan dan kerja sama.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi kerja karyawan di RANS Entertainment menggunakan pendekatan teori Tradisi Sosiokultural (*Sociocultural Tradition Theory*). Teori ini memberikan penjelasan dalam banyak konteks komunikasi, mulai dari cara pemahaman kita, makna, norma, peran, serta aturan yang bekerja secara interaktif dalam berkomunikasi. Dengan menganalisis elemen-elemen ini, penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana pola komunikasi di RANS Entertainment mempengaruhi dinamika kerja dan hubungan antarindividu di perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi internal. Dengan memahami pola komunikasi yang ada, RANS Entertainment dapat mengidentifikasi hambatan-hambatan yang mungkin terjadi dan merancang strategi komunikasi yang lebih efektif. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya

literatur dalam bidang komunikasi organisasi, khususnya dalam budaya kerja di perusahaan hiburan digital.

Budaya perusahaan dan komunikasi organisasi adalah dua elemen yang saling terkait dan memainkan peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan. RANS Entertainment menjadi contoh menarik dalam memahami bagaimana pola komunikasi yang terbuka, inklusif, dan kolaboratif dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan harmonis. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat ditemukan strategi komunikasi yang tidak hanya relevan untuk RANS Entertainment, namun juga dapat diterapkan di organisasi lain yang ingin membangun budaya kerja yang positif.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang sudah dijelaskan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti, menelaah, menggambarkan, mencari tahu, dan menjelaskan penelitian ini lebih lanjut dengan mengambil judul **“Pola Komunikasi tentang Budaya Kerja Karyawan di RANS ENTERTAINMENT”**.

1.2. Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul penelitian diatas, peneliti akan memfokuskan penelitian yaitu **“Bagaimana Memahami dan Menganalisis tentang Pola Komunikasi Budaya Kerja Karyawan di RANS Entertainment”**.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah dipaparkan di atas, adapun pertanyaan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Makna komunikasi budaya kerja karyawan di RANS Entertainment?
2. Bagaimana Norma komunikasi budaya kerja karyawan di RANS Entertainment?
3. Bagaimana Peran komunikasi budaya kerja karyawan di RANS Entertainment?
4. Bagaimana Aturan komunikasi budaya kerja karyawan di RANS Entertainment?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan penelitian diatas, maka ditetapkan tujuan dari penelitian tersebut sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi Makna komunikasi budaya kerja karyawan di RANS Entertainment.
2. Untuk mengidentifikasi Norma komunikasi budaya kerja karyawan di RANS Entertainment.
3. Untuk mengidentifikasi Peran komunikasi budaya kerja karyawan di RANS Entertainment.
4. Untuk mengidentifikasi Aturan komunikasi budaya kerja karyawan di RANS Entertainment

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah bertujuan untuk menggali lebih dalam lagi mengenai pola komunikasi yang terjadi di RANS Entertainment serta

memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi. Sehingga hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas komunikasi internal, sekaligus memperkaya pemahaman kita tentang hubungan antara budaya organisasi dan pola komunikasi.

1.3.2.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berusaha untuk menguji dan mengembangkan teori-teori komunikasi organisasi dalam budaya kerja yang unik seperti RANS Entertainment. Dengan menganalisis pola komunikasi yang terjadi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam memahami bagaimana budaya organisasi mempengaruhi cara individu berkomunikasi dalam dunia kerja.

1.3.2.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam mengenai pola komunikasi yang terjadi di lingkungan kerja RANS Entertainment. Serta penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan, khususnya dalam meningkatkan efektivitas komunikasi antar karyawan. Dengan memahami pola komunikasi yang ada, perusahaan dapat mengidentifikasi hambatan-hambatan yang mungkin terjadi dan merancang strategi komunikasi yang lebih efektif sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan kepuasan kerja karyawan.