

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seva Marketing, yang berfokus pada pemasaran digital, menggunakan media sosial sebagai alat utama untuk melaksanakan strategi komunikasi klien. Dalam proses kerjanya, tim media sosial Seva beroperasi secara *remote*, sehingga kolaborasi antara anggota tim dan pemimpin dilakukan tidak secara langsung, tetapi melalui aplikasi komunikasi daring seperti *WhatsApp*, *Zoom*, dan alat manajemen proyek digital.

Sistem kerja jarak jauh menawarkan kebebasan, tetapi juga menghadirkan tantangan tersendiri, terutama berkaitan dengan komunikasi dan kepemimpinan. Tanpa adanya komunikasi yang baik, risiko misinterpretasi, keterlambatan dalam informasi, hingga rendahnya kepercayaan dalam kelompok bisa meningkat. Dalam situasi seperti ini, peran pemimpin menjadi sangat penting. Seorang pemimpin tidak hanya bertanggung jawab untuk memberikan petunjuk pekerjaan, tetapi juga untuk membangun interaksi yang positif, memastikan bahwa informasi mengalir dengan baik, serta menciptakan kesepakatan bersama mengenai tujuan dan standar kerja.

Perkembangan teknologi di era komunikasi digital ini membawa perubahan yang begitu signifikan terhadap pola kerja dan komunikasi organisasi, terlebih lagi di industri kreatif dan digital yang sangat

mengedepankan kecepatan dan ketepatan. Salah satu perubahan yang sangat signifikan dalam pola komunikasi di era digital ini adalah pada karakter komunikasi, di mana ada penerapan sistem kerja jarak jauh (*remote working*), terutama pada sistem kerja di ruang lingkup media sosial yang sangat bergantung pada teknologi digital serta komunikasi virtual karena dapat mudah dan cepat dalam berkolaborasi dan koordinasi lintas waktu meski di ruang yang berbeda. Sistem kerja jarak jauh sangat memberikan fleksibilitas baik untuk karyawan maupun perusahaan yang terlibat, karena akan lebih mudah dan cepat dalam penyampaian informasi serta biaya yang murah, namun di sisi lain juga menghadirkan tantangan komunikasi yang lebih kompleks, terutama dalam membangun kepercayaan satu sama lain dengan anggota tim yang lain.

Di era perkembangan digital ini, kecepatan berkomunikasi menjadi salah satu hal yang paling penting, apalagi di dunia digital yang memang sangat mengandalkan perkembangan teknologi untuk berkomunikasi antara yang satu dengan yang lainnya, dengan penggunaan teknologi digital jelas sangat mempermudah komunikasi baik bagi organisasi maupun karyawan yang bersangkutan.

Dalam ruang lingkup organisasi, kepercayaan merupakan salah satu elemen fundamental yang sangat penting dalam membangun efektivitas dan keberlangsungan dunia kerja yang baik dan positif, komitmen anggota, serta kemudahan dalam mencapai target atau tujuan dari organisasi itu sendiri. Kepercayaan dalam anggota tim tidak hanya bergantung pada komunikasi yang komunikasi yang cepat, melainkan keterbukaan antara satu sama lain,

konsistensi, dan saling menghargai antara pemimpin dan anggota. Pada proses komunikasi virtual ini menjadi salah satu tantangan yang cukup berat karena minimnya komunikasi tatap muka, sehingga ini bisa menimbulkan *miskomunikasi*, ke tidak jelasan informasi, dan juga berkurangnya kedekatan secara emosional antara pemimpin dan anggota tim.

Kedekatan emosional antara pemimpin dan anggota tim merupakan salah satu elemen penting demi keberlangsungan komunikasi yang baik dan terbuka, apalagi konteksnya dalam tim media sosial yang memiliki karakter kerja cepat dan tepat, karena pekerjaan mereka sangat berpaut dengan waktu dan ketepatan informasi yang disampaikan.

Tim Media Sosial merupakan bagian strategis dari sebuah organisasi, khususnya *agency* yang memang merancang strategi, dan informasi perusahaan agar bisa tersampai tepat sasaran pada khalayak yang dituju, karakteristik tim media sosial juga memiliki sistem kerja yang dinamis, cepat, dan kreativitas tanpa batas. Aktivitas seperti perencanaan konten, pencarian ide, pembuatan kampanye, eksekusi konten dan evaluasi serta *monitoring* konten itu melibatkan banyak divisi sehingga rasa kepercayaan satu dan yang lain itu harus sangat tinggi. Ketika tim media sosial itu bekerja secara jarak jauh (*remote working*) peran pemimpin sangat dibutuhkan dalam berkoordinasi dengan berbagai divisi yang bersangkutan, serta memastikan komunikasi berjalan efektif, motivasi kerja tetap terjaga, serta hubungan yang positif ketika berkomunikasi juga tetap berjalan meski hanya berkomunikasi secara visual.

Komunikasi virtual atau komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung memiliki beberapa kelebihan, seperti kecepatan penyampaian informasi, bisa dilakukan di mana saja dan kapan saja selagi masih memiliki jaringan telepon yang bisa digunakan, khususnya pada pembahasan ini adalah komunikasi digital yang menggunakan internet, akan tetapi dibalik kemudahan dan juga kelebihan tersebut tetap ada kekurangan yang dimiliki oleh sistem komunikasi digital, yakni rasa emosional yang kurang terbentuk, disinformasi, serta tidak terbukanya satu sama lain dalam berkomunikasi, jelas ini menjadi tantangan yang cukup berat terutama bagi pemimpin dalam berkoordinasi menyatukan berbagai divisi pada media sosial yang sedang dijalaninya.

Seva Marketing Indonesia merupakan agensi pemasaran yang berdiri dengan filosofi "pelayanan" (Seva dalam bahasa Sanskerta), berkomitmen untuk memberikan solusi berkelanjutan bagi pertumbuhan merek di era digital. Berdasarkan Company profil "Discovering Seva Marketing", agensi ini didirikan untuk menjawab tantangan kompleks di industri pemasaran modern, seperti keterbatasan sumber daya, kesulitan mengikuti tren terkini, dan risiko investasi teknologi. Sejak awal, Seva Marketing telah mengembangkan pendekatan holistik dengan menggabungkan keahlian strategis, kreativitas, dan jaringan kolaborasi yang luas untuk menciptakan kampanye yang berdampak.

Seva Marketing Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *Social Media Agency* Profesional, di mana dalam sistem kerjanya, perusahaan menerapkan sistem kerja *hybrid* dengan tujuan efisiensi waktu dan tenaga dalam proses kerja yang dilakukan, sistem kerja ini mengacu pada setiap

kebutuhan masing-masing divisi, ada yang memang harus tatap muka seperti tim produksi dan ada juga kreatif yang menggunakan sistem kerja *remote*. Dalam praktiknya, pemimpin atau manajer memiliki kuasa yang luas akan sistem kerja tim harus seperti apa, *remote* atau tatap muka, oleh karena itu juga pemimpin harus memiliki strategi komunikasi kepemimpinan yang tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga menumbuhkan rasa kenyamanan, kepercayaan dan keterbukaan antara yang satu dengan yang lainnya dalam sebuah tim. Karena ini berbasis *hybrid*, sering terjadi kesalahpahaman seperti perbedaan persepsi, keterbatasan komunikasi non verbal, hambatan teknologi, hingga tidak mengetahui kondisi tim yang lainnya dalam bekerja, karena hanya berkomunikasi lewat virtual.

Dalam hal ini, keberhasilan komunikasi kepemimpinan tidak hanya diukur semata mata dari kemampuan dalam menyelesaikan pekerjaan, tetapi juga dalam mengatur alur komunikasi antara pemimpin dan anggota tim serta kelompok divisi yang lain, Selain itu juga keberhasilan bisa dilandaskan dalam kepercayaan anggota tim satu sama lain, bagaimana cara mereka bisa memahami serta saling percaya dengan anggota tim yang lain. Kepercayaan dalam sebuah tim media sosial menjadi hal yang krusial, karena anggota tim tidak bisa melihat tingkah laku, aktivitas, etos kerja dan keseriusan dari anggota tim yang lain. Oleh karena itu, pemimpin bertanggung jawab dalam membuat sistem komunikasi yang terbuka, kejelasan pesan, serta konsistensi komunikasi yang terbentuk sehingga bisa menjadi satu sistem yang kuat agar semua anggota

tim dapat merasa dihargai, didengar dan dilibatkan dalam satu rangkaian pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing anggota tim.

Komunikasi kepemimpinan yang efektif dalam komunikasi jarak jauh juga sangat berperan penting dalam menjaga kenyamanan dan motivasi kerja di tim sosial media, minimnya kontak fisik dan komunikasi langsung akan menciptakan rasa tidak saling mengenal satu sama lain dalam hal kepribadian, kesalahpahaman, tidak saling pengertian, dan penurunan rasa saling percaya satu sama lain. Melalui strategi komunikasi yang tepat, seperti adanya interaksi lebih di luar jam kerja, aktivitas bareng, atau hobi bareng, aktivitas itu yang akan meningkatkan rasa kekeluargaan satu sama lain sehingga menciptakan hubungan kerja yang baik dan positif, sehingga akan berpengaruh pada kreativitas, loyalitas, dan kinerja tim media sosial.

Menurut Michael Hackman dan Craig Johnson (2009) memandang kepemimpinan sebagai proses komunikasi yang berfungsi untuk memengaruhi, membangun makna bersama, serta memperkuat hubungan dalam kelompok. Menurut keyakinan ini, komunikasi bukan hanya sebagai alat penyampaian informasi, melainkan, sebagai sarana utama untuk menyampaikan persepsi, meningkatkan kepercayaan dan legitimasi kepemimpinan. Penerapan teori ini dalam konteks tim social media jarak jauh menjadi relevan untuk dikaji, mengingat interaksi yang terjadi sebagian besar dimediasi oleh teknologi komunikasi digital, sehingga menuntut strategi komunikasi yang lebih terencana dan adaptif.

Hingga saat ini, kajian yang membahas mengenai strategi komunikasi dan kepemimpinan dalam membangun kepercayaan tim media sosial masih terbatas, terutama dalam konteks perusahaan *agency* digital yang ada di Indonesia. Sebagian penelitian terdahulu hanya menyoroti kepemimpinan secara umum, tidak berfokus pada dunia digital yang sebenarnya sudah banyak di jaman sekarang. Kondisi ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan penelitian yang mampu menggambarkan konflik dan karakter komunikasi kepemimpinan secara mendalam pada konteks komunikasi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi kepemimpinan diterapkan oleh pemimpin Seva Marketing Indonesia dalam membangun dan menjaga kepercayaan tim *social media* yang bekerja secara jarak jauh. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai proses komunikasi kepemimpinan, hambatan yang dihadapi, serta upaya pemimpin dalam menciptakan hubungan kerja yang positif, terbuka, dan saling percaya dalam lingkungan kerja virtual.

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang akan digali pada penelitian ini merupakan strategi yang dibangun oleh pemimpin Seva Marketing Indonesia dalam membangun interaksi dan kepercayaan tim media sosial yang sistem kerjanya *remote*. Penelitian ini berpusat pada proses komunikasi yang dibangun oleh pemimpin pada divisi media sosial, seperti interaksi simbolik yang bertujuan

untuk memengaruhi, mengarahkan, serta membangun kedekatan emosional antar karyawan sehingga bisa menciptakan hubungan kerja yang positif walau sistem kerja virtual.

Secara lebih detail, adapun fokus penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bentuk dan pola strategi komunikasi kepemimpinan yang digunakan oleh pemimpin Seva Marketing Indonesia dalam mengelola dan membangun kepercayaan tim *social media* jarak jauh, termasuk cara penyampaian pesan, intensitas komunikasi, serta pemanfaatan media komunikasi virtual.
2. Peran strategi komunikasi kepemimpinan dalam memengaruhi motivasi, kenyamanan, dan rasa percaya tim, khususnya dalam menjaga keterlibatan kerja, rasa aman psikologis, dan komitmen anggota tim *social media* selama bekerja secara jarak jauh.
3. Hambatan komunikasi yang muncul dalam interaksi kepemimpinan jarak jauh, baik yang bersifat teknis, psikologis, maupun organisatoris, serta strategi pemimpin dalam mengatasi hambatan tersebut guna menjaga dan memperkuat kepercayaan tim.
4. Upaya pemimpin dalam membangun hubungan kerja yang positif dan terbuka melalui komunikasi virtual, termasuk praktik komunikasi yang mendorong keterbukaan, partisipasi, serta hubungan interpersonal yang sehat antara pemimpin dan anggota tim *social media*.

Dengan fokus penelitian tersebut, peneliti akan berfokus untuk menggali secara komprehensif praktik komunikasi kepemimpinan dalam konteks kerja jarak jauh atau virtual, sesuai dengan perspektif Teori Komunikasi Kepemimpinan Michael Hackman dan Craig Johnson (2009), serta mendalami bagaimana komunikasi digunakan dalam membangun kepercayaan tim dan hubungan kerja pada tim media sosial yang bekerja secara virtual.

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut dan untuk mempermudah proses penelitian ini sehingga sesuai juga dengan teori yang digunakan maka dibuatlah pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana bentuk interaksi yang dibangun oleh tim manajemen social media Seva dalam menjalankan kerja jarak jauh?
2. Bagaimana proses pertukaran informasi melalui media sosial yang terjadi di dalam tim social media Seva?
3. Bagaimana proses penyusunan makna yang dibangun antara pemimpin dan tim social media Seva dalam interaksi jarak jauh?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui proses strategi komunikasi yang dilakukan oleh seorang pemimpin pada tim yang dia pimpin dalam membangun kepercayaan tim social media yang bekerja pada sistem jarak jauh, adapun secara detail tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan memahami bentuk interaksi yang dibangun oleh tim manajemen social media Seva dalam sistem kerja jarak jauh.
2. Mengetahui proses pertukaran informasi melalui media sosial yang terjadi dalam tim social media Seva.
3. Memahami pemimpin dan tim social media Seva membangun makna bersama dalam proses komunikasi jarak jauh.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

A. Bagi Peneliti

1. Meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan pengalaman para peneliti dalam menerapkan teori-teori komunikasi kepemimpinan, khususnya Teori Komunikasi Kepemimpinan yang dikemukakan oleh Michael Hackman dan Craig Johnson (2009), dalam konteks kerja jarak jauh.
2. Berfungsi sebagai alat yang memungkinkan para peneliti memperkuat keterampilan analisis kualitatif, pemikiran kritis, dan keterampilan penelitian ilmiah mereka dalam mempelajari komunikasi kepemimpinan di dalam tim media sosial di sektor pemasaran digital.

B. Bagi Mahasiswa

1. Berfungsi sebagai referensi dan sumber belajar bagi mahasiswa, khususnya yang mengambil jurusan Ilmu Komunikasi, dalam memahami penerapan komunikasi kepemimpinan dalam konteks organisasi modern yang menerapkan metode kerja jarak jauh.
2. Menyajikan contoh konkret komunikasi kepemimpinan dalam membangun kepercayaan, motivasi, dan kolaborasi di dalam tim

virtual, khususnya di bidang pemasaran digital dan manajemen media sosial.

3. Membantu mahasiswa mengembangkan pemahaman tentang metodologi yang berkaitan dengan penelitian kualitatif.
4. Berfungsi sebagai sumber referensi bagi mahasiswa yang berencana menulis tesis tentang komunikasi kepemimpinan, komunikasi organisasi, atau komunikasi digital

C. Bagi Fisip Universitas Pasundan

1. Memberikan sumbangan akademik kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Pasundan sebagai sumber referensi dan peningkatan literatur di bidang Ilmu Komunikasi, terutama dalam studi mengenai komunikasi kepemimpinan, komunikasi dalam organisasi, serta komunikasi digital.
2. Mendukung penyusunan kurikulum dan metode pengajaran yang sesuai dengan tantangan dunia kerja dan kemajuan teknologi komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan sistem kerja jarak jauh.
3. Menjadi acuan bagi anggota akademik di FISIP Universitas Pasundan dalam perkembangan penelitian di masa depan.
4. Berperan dalam meningkatkan mutu karya ilmiah mahasiswa di lingkungan fakultas.

D. Bagi Penelitian selanjutnya

1. Menjadi sumber referensi dan alat perbandingan untuk penelitian yang akan datang mengenai komunikasi kepemimpinan, kepercayaan dalam tim, atau kerja jarak jauh dalam konteks organisasi digital.
2. Menjadi landasan bagi pengembangan penelitian selanjutnya dengan pendekatan, teori, atau objek yang berbeda, seperti penelitian kuantitatif, studi perbandingan antar perusahaan, atau kajian kepemimpinan dalam jenis tim virtual yang lain..