

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penyelenggara acara atau *Event Organizer* (EO) bertanggung jawab menciptakan pengalaman yang menyenangkan bagi mitra kerja, merencanakan atau mengorganisir berbagai acara seperti pameran, seminar, pernikahan, konser, pertunjukan musik dan lain sebagainya, dan *event organizer* adalah profesi atau perusahaan mengelola sebuah acara atau kegiatan, mulai dari perencanaan awal, pelaksanaan, hingga penyelesaian akhir acara tersebut.

Istilah *Event Organizer* (EO) di Indonesia mulai populer pada tahun sembilan puluhan dan hanya terdengar di beberapa kota saja. Saat ini telah berkembang menjadi organisasi yang terorganisir untuk kebutuhan pihak yang ingin mengadakan sebuah acara, sehingga para pengguna jasa EO tidak perlu mengorbankan waktu untuk mengurus acara.

Menghadapi perkembangan *event* yang semakin banyak peminatnya, suatu EO tidak dapat berdiri sendiri dalam menyelenggarakan suatu acara. Sehingga EO membutuhkan berbagai pihak yang terkait dalam penyelenggaraan *event*, salah satunya yaitu Sumber Daya Manusia (SDM) atau partner yang mendukung kelangsungan pelaksanaan *event* dari beberapa divisi dalam suatu organisasi. Kesatuan para pihak terkait inilah yang kemudian akan mendorong terjadinya suatu penawaran dan permintaan antara klien dengan EO terkait (Wijaya et al., 2020:14-15).

Keberhasilan sebuah *event* tentunya tidak luput dari pada Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat didalamnya. Sebuah perusahaan pentingnya memiliki Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki jiwa loyalitas yang tinggi. Loyalitas karyawan menentukan perkembangan bagi suatu perusahaan, karena loyalitas merupakan sikap setia terhadap perusahaan meskipun perusahaan dalam keadaan untung atau rugi. Membangun hubungan saling percaya satu sama lain merupakan suatu hal yang sangat bermakna bagi karyawan. Perusahaan juga tidak hanya melihat karyawan sekedar sebagai “sumber daya”, karena jika perusahaan memperlakukan karyawan lebih dari sekedar sumber daya maka akan mendorong karyawan untuk melakukan pekerjaan dengan totalitas bagi perusahaan.

Muda BAlia (MBA) Corporation bergerak dibidang penyedia jasa profesional penyelenggara acara atau *Event Organizer* (EO) yang didirikan sejak tahun 2017. Dengan visi besar yaitu menjadi perusahaan *Event Organizer* yang terpercaya, selalu memberikan nilai lebih kepada mitra kerja. Terdiri dari 8 tim inti dalam struktur organisasi MBA Corporation adalah *Administration & Finance, Project Manager, Event Director, Show Director, Field Officer, Graphic Designer, Video & Photographer*. Bertujuan memberikan ide-ide kreatif serta konsep inovatif kepada mitra kerja. Kapasitas MBA Corporation mampu menangani berbagai *event indoor* maupun *outdoor* yang mengedepankan konsep dan kreatifitas sehingga *event* yang dikelola menjadi bernilai tambah yang mampu menampung keinginan mitra kerja hingga menjadi suatu acara yang menarik dan unik serta efektif agar berkesan dihadapan khalayak (Corporation, n.d.).

Sangat penting bagi sebuah EO untuk memiliki manajemen komunikasi organisasi yang baik dan efektif bagi seluruh divisi internalnya. Komunikasi antara

karyawan dengan atasan memiliki pengaruh positif, semakin baik pula komunikasi organisasi yang terjadi maka kinerja dan loyalitas para karyawan juga akan semakin tinggi. Komunikasi karyawan menjadi kunci berjalannya perusahaan untuk mencapai tujuan. Komunikasi karyawan harus efektif, artinya kedua belah pihak yang saling berinteraksi harus mempunyai makna yang sama tentang pesan yang disampaikan. Sehingga proses pertukaran pesan menghasilkan input yang jelas pada organisasi, hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh Murphy dan Peck (1987) dalam Habib (2023:5).

Dari amatan awal, diduga MBA Corporation merupakan sebuah perusahaan dengan memiliki pola komunikasi yang cukup baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya *event* yang datang ke mereka, beberapa konsumen juga menganggap bahwa MBA Corporation memiliki sistem kerja yang cukup baik dan berhasil mendapatkan kepercayaan banyak pihak dan menjadi alasan memilih MBA Corporation sebagai EO acara mereka. Komunikasi yang terjalin baik ini kemudian membentuk sumber daya manusianya yang nyaman dan loyal untuk bekerja meskipun dengan pendapatan yang tidak pasti.

Selain pola komunikasi, rasa kekeluargaan dan saling percaya tumbuh diantara para karyawan dan pimpinan, sehingga pendapatan menjadi pilihan kedua atau *second choice* bagi mereka untuk bekerja dengan loyal di MBA Corporation. Oleh karena itu, adanya komunikasi organisasi dengan pola komunikasi yang baik akan munculnya loyalitas terhadap karyawan. Dengan kondisi yang sehat tersebut, diyakini kemudian memuluskan MBA Corporation untuk mendapatkan *project-project* besar di Provinsi Aceh.

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti terdapat setidaknya terdapat 352 *project* yang telah mereka lakoni sejak tahun 2017, seperti pada tahun 2021 MBA Corporation berhasil menyukseskan beberapa *event-event* besar diantaranya *The Aceh Post Awards*, Hari Santri Nasional, Musabaqah Qiraatil Kutub (MQK) ke-11. Tahun 2022, beberapa *event* yang berhasil dikonsep dengan baik ialah Aceh *Property Expo*, Festival Maulid Akbar Se-Aceh Barat, Aceh Bershalawat, lomba foto Heritage Tsunami Aceh, *event* tahunan Peringatan Tsunami Aceh yang telah berhasil dikonsep sejak tahun 2017 dan UMKM Expo Aceh ke-2. Tahun 2023 MBA Corporation meningkatkan performanya dengan menaungi *event-event* skala yang lebih besar, diantaranya Pekan Raya UMKM Aceh, Maulid Raya 2023 di Bireuen dan Festival Dalail Khairat se-Aceh Barat, begitu pula dengan peringatan ke-19 tahun Tsunami Aceh yang dilaksanakan pada 26 Desember 2023. *Event* skala nasional juga berhasil mendapatkan kepercayaan dari khalayak, seperti *event* Jaringan Media Siber Indonesia (JMSI) Aceh dan *famtrip* Sabang.

Kesuksesan sebuah *event* tentunya dibarengi dengan kerjasama antar tim dari berbagai divisi melalui tahapan-tahapan pelaksanaan dan perencanaan suatu *event*. Tidak jarang karyawan MBA Corporation mempersiapkan sebuah *event* sampai dengan larut malam termasuk karyawan perempuan. Pola komunikasi yang dilakukan oleh atasan kepada bawahannya tentu berdampak pada karyawannya sehingga mereka bisa bekerja dengan loyal di MBA Corporation.

Menurut peneliti, permasalahan ini menarik untuk dikaji karena adanya prestasi dengan banyaknya *event* yang telah dikonsep dengan baik oleh MBA Corporation yang dibangun melalui kekompakan dan serangkaian komunikasi yang terjalin diantara anggota sehingga dapat tetap loyal dan eksis hingga sekarang.

MBA Corporation sudah dipercayakan oleh beberapa perusahaan besar dan pemerintahan dalam menangani *event-event* besar dan memungkinkan untuk terus bertahan dan berkembang menjadi *event organizer* terbaik yang menghasilkan acara yang menarik, kreatif dan bernilai tinggi di Provinsi Aceh yaitu dengan pola komunikasi organisasi yang terjalin.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian “Pola Komunikasi Organisasi Dalam Menjaga Loyalitas Kerja Karyawan Pada *Event Organizer* Muda BAlia (MBA) Corporation Banda Aceh”

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, perlu dilakukannya pembatasan masalah dan menetapkan fokus penelitian ini, adapun penelitian ini hanya berfokus pada Pola komunikasi organisasi atasan dengan bawahan (*downward communication*) dan komunikasi bawahan dengan atasan (*upward communication*) dalam menjaga loyalitas kerja karyawan di *event organizer* MBA Corporation Banda Aceh.

1.3 Rumusan Masalah

Untuk memperjelas masalah dalam penelitian ini, maka peneliti akan memberikan rumusan masalah yaitu Bagaimana pola komunikasi *downward communication* dan *upward communication* yang digunakan sehingga bisa mendorong loyalitas kerja karyawan di *event organizer* MBA Corporation Banda Aceh?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan serta menggambarkan pola komunikasi organisasi atasan dengan bawahan (*downward*

communication) dan komunikasi bawahan dengan atasan (*upward communication*) dalam menjaga loyalitas kerja karyawan di *event organizer* MBA Corporation Banda Aceh.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan kajian pengetahuan (*understanding*) dalam topik penelitian. Secara teoritis, penelitian bermanfaat agar dapat mengembangkan pengetahuan yang berkaitan dengan subjek penelitian. Sedangkan secara praktis, bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman yang bersifat praktik.

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis, yaitu sebagai informasi atau kajian bagi disiplin Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang loyalitas kerja karyawan *event organizer* (EO).
2. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti lainnya yang juga akan meneliti mengenai topik ini selanjutnya.
3. Bagi program studi Ilmu Komunikasi, sebagai bahan informasi dan sumber bacaan bagi mahasiswa khususnya dan masyarakat pada umumnya.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Menambah pengalaman dan pengetahuan peneliti agar dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan, perbandingan dan penelitian yang relevan.

3. Dapat memperluas wawasan masyarakat tentang upaya suatu organisasi meningkatkan loyalitas dari karyawan.