

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penelitian ini mendeskripsikan tentang bagaimana komunikasi didalam sebuah organisasi dapat di audit sehingga memunculkan hasil apakah komunikasi yang dilakukan sudah berjalan efektif. Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam manajemen sebuah organisasi. Menurut Sulaiman (1995) saat ini komunikasi sangat dibutuhkan dan menjadi semakin penting dan mendesak, tanpa komunikasi yang efektif partisipasi karyawan akan menurun, tingkat komitmen yang rendah, ketahanan yang tinggi terhadap inovasi yang ada, peningkatan risiko terhadap ketidakpahaman informasi dan motivasi karyawan menurun. (Mohammed dan Bungin, 2015:132)

Samsudin (1982) membuat sebuah definisi bahwa komunikasi adalah sebuah proses interaksi yang memiliki tujuan di antara sumber dan penerima, hal ini dimaksudkan untuk memahami satu sama lain agar dapat mencapai tujuan perubahan dan perilaku yang direncanakan. Disini penulis mencoba untuk mencantumkan aspek komunikasi sebagai proses interaksi persuasif serta mengubah sikap dan perilaku. Sesuai dengan peran manajemen organisasi untuk menghasilkan perubahan, maka peran komunikasi adalah suatu yang tidak dapat dimungkiri sebagai faktor penggerak ke arah perubahan yang lebih baik. (Mohammed dan Bungin, 2015:132)

Koontz dan Wiehrich (1991) mengatakan komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam manajemen organisasi karena dianggap mampu menggabungkan fungsi-fungsi manajemen. Komunikasi diperlukan untuk: (1) mengatur dan menyebarluaskan tujuan organisasi, (2) menyusun rencana untuk mencapai tujuan tersebut, (3) mengatur sumber daya manusia dan sumber lain dalam cara paling efektif, (4) memilih, membentuk, dan menilai anggota kerja suatu organisasi, (5) memimpin, mengarah, mendorong, dan menciptakan iklim yang akan memicu keinginan orang untuk berkontribusi, dan (6) mengontrol kinerja. (Mohammed dan Bungin, 2015:132)

Komunikasi di antara suatu individu dalam lingkungan organisasi atau perusahaan diperlukan pemahaman tentang komunikasi organisasi itu sendiri. Komunikasi organisasi adalah proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam suatu organisasi, di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. (Masmuh, 2010:6) Komunikasi organisasi yang dilakukan pada penelitian ini lebih banyak mencakup tentang komunikasi horisontal yang oleh Pace dan Faules (2010:195) didefinisikan sebagai penyampaian informasi diantara rekan kerja dalam unit yang sama dan memiliki tingkat otoritas yang sama pula serta satu lingkup yang sama dalam suatu organisasi.

Ada beberapa cara untuk membangun dan memelihara sistem komunikasi agar suatu organisasi dapat bekerja efektif, sistem komunikasi organisasi dibedakan menjadi dua bagian yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Papa et al (2008:354-359), komunikasi internal adalah hubungan yang mengintegrasikan bagian-bagian atau orang-orang dan departemen atau unit kerja yang tersusun secara dinamis menjadi sebuah organisasi, sedangkan komunikasi eksternal adalah hubungan antara organisasi dengan lingkungan. Menurut Suranto (2005:59) faktor yang mempengaruhi kinerja dalam organisasi adalah efektifitas si, otoritas dan tanggung jawab, disiplin, serta inisiatif dan kreatifitas.

Komunikasi internal adalah pertukaran pesan yang berlangsung antar anggota sebuah organisasi, sedangkan komunikasi eksternal adalah pertukaran pesan antara anggota organisasi dengan orang-orang di luar organisasi (bukan anggota organisasi). Komunikasi internal dan komunikasi eksternal dari sebuah organisasi mempunyai hubungan secara dinamis. Dalam sebuah organisasi khususnya perusahaan utamanya memiliki seseorang yang di posisikan sebagai *public relations*. Menurut Rachmadi (1992:21) fungsi utama PR adalah mengembangkan serta menumbuhkan hubungan baik antar lembaga suatu organisasi dengan publiknya baik publik internal maupun eksternal suatu perusahaan. Sehingga mampu menimbulkan motivasi dan tujuan organisasi yang lebih maju. Dari fungsi tersebut, dalam penelitian ini maka *public relations* yang akan mensosialisasikan program baru dan juga yang akan melakukan audit komunikasi atas sosialisasi yang telah dilakukan.

Kegiatan komunikasi yang sudah dijalankan efektif atau berhasil mencapai tujuan dan tepat pada sasaran perusahaan dapat diketahui dengan melakukan audit komunikasi. Dengan melakukan audit komunikasi maka segala hambatan komunikasi dan gangguan yang menyebabkan macetnya aliran informasi dan peluang yang terlewat dapat diketahui. Sehingga diperoleh cara yang dapat meningkatkan dampak yang dikehendaki. Kemudian perusahaan dapat mengetahui serta mengoptimalkan program yang telah disusun untuk dapat terlaksana dengan baik. Mohammed dan Bungin (2015:6) mengemukakan bahwa audit komunikasi sangat penting dalam usaha organisasi untuk membuat perubahan internal organisasi. Dengan pelaksanaan audit ini akan dapat mengurangi tingkat ketidakpastian yang mendorong kepada tercetusnya rumor dalam kalangan anggota-anggota organisasi.

Menurut Mohammed dan Bungin (2015:7) bahwa untuk memastikan audit komunikasi yang efektif ahli internal organisasi yang menangani audit ini harus memiliki kekuasaan otonom (memiliki kewenangan membuat laporan langsung kepada pimpinan eksekutif organisasi), memiliki kualifikasi yang tinggi serta dihormati oleh semua tingkat karyawan, termasuk mereka yang baru saja dilantik kerja. Mohammed dan Bungin (2015:6) mengatakan bahwa salah satu manfaat dilakukan audit komunikasi adalah untuk mengurangi tekanan (*stress*), kekeliruan fungsi dan akhirnya ditujukan untuk meningkatkan produktivitas kerja. Produktivitas kerja akan dapat ditingkatkan jika tingkat kepastian terhadap internal organisasi dipahami serta dihayati oleh semua tingkat kerja. Selain itu juga, dengan melakukan audit komunikasi akan berupaya mempengaruhi proses perubahan sikap serta dapat meningkatkan tingkat integrasi antara bagian berdasarkan struktur dan fungsi.

Pengelolaan sumber daya manusia yang baik akan sangat menguntungkan bagi perusahaan atau suatu organisasi karena dengan pengelolaan yang baik, selain akan menghemat biaya, memperbaiki kinerja, mempercepat pencapaian tujuan, sekaligus akan menciptakan hubungan yang baik serta loyalitas antara karyawan dan perusahaan. Untuk mencapai keuntungan seperti diatas, maka harus ada hubungan timbal balik yang baik antara karyawan dan perusahaan, hubungan itu

bisa berupa pemenuhan harapan dan kebutuhan karyawan serta pemenuhan standar kinerja yang menjadi tujuan dari setiap perusahaan.

Tujuan perusahaan agar bisa tercapai maka fungsi dari kontrol dan evaluasi menjadi peranan yang sangat penting, karena dengan memastikan rencana kerja perusahaan bisa berjalan dengan baik maka dibutuhkan sistem manajemen kinerja yang baik. Sistem manajemen kinerja memuat ukuran-ukuran *Key Performance Indicator* (KPI) yang merepresentasikan kinerja dari seluruh bagian perusahaan dan keterkaitan yang ada antar bagian-bagian tersebut. *Key Performance Indicators* (KPI) merupakan alat bantu atau *instrument* manajemen agar suatu kegiatan atau proses dapat diikuti, dikendalikan (bila menyimpang, dapat dikenali untuk dikoreksi), dan dipastikan untuk mewujudkan kinerja yang dikehendaki. Salah satu cara agar mencapai indikator yang baik dalam penilaian kinerja karyawan dengan menggunakan metode KPI. KPI membandingkan apa yang telah dibuat dengan apa yang telah ditetapkan. Implementasi yang berhasil akan tergantung pada pelaksanaan strategi pemeliharaan yang baik sesuai dengan apa yang telah ditetapkan.

Pengukuran kinerja dengan metode KPI saat ini juga baru dilakukan oleh PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) Karya Mugi Sentosa sejak Bulan Oktober 2018. PT. BPR Syariah Karya Mugi Sentosa dan disingkat menjadi KMS adalah BPR Syariah yang berdiri pada tanggal 19 September 2007 dan merupakan salah satu BPRS dari 29 BPRS yang ada di Jawa Timur. Selama ini KMS belum memiliki standart yang baku dalam melakukan penilaian kinerja pegawai, penilaian kinerja selama ini hanya berdasarkan pada pencapaian target-target bisnis dan kedisiplinan semata, belum ada indikator-indikator khusus yang dipergunakan untuk melakukan penilaian kinerja, misalnya kepatuhan, kualitas pembiayaan, laba, kecepatan transaksi, laporan, kualitas pelayanan, dan lain-lain sehingga penilaian kinerja selama ini cenderung subyektif bukan berdasarkan produktivitas kerja pegawai.

Permasalahan tidak adanya metode pengukuran kinerja yang spesifik tersebut berdampak pada penurunan produktivitas kerja dan adanya kecemburuan antar karyawan, misalnya seorang “*marketing A*” yang pencapaian dropping

pembiayaan tinggi akan dinilai bagus meskipun banyak nasabahnya yang bermasalah atau menunggak dan mengakibatkan bank merugi, dibandingkan ada “*marketing B*” yang belum mencapai target dropping pembiayaan, tetapi dia bisa mengelola nasabahnya dengan bagus, yaitu nasabah-nasabahnya sedikit yang menunggak dan bermasalah, sehingga bisa memberikan kontribusi pendapatan yang tinggi. Dan penilaian kinerja marketing A lebih baik dari marketing B, termasuk pada pemberian bonus dan insentifnya. Selain itu dengan metode pengukuran kinerja yang lama, manajemen kurang untuk melakukan monitoring kinerja khusus pada besarnya nilai tunggakan angsuran, sehingga munculah beberapa pelanggaran atau tindakan fraud yang dilakukan oleh pegawai, baik pegawai dengan jabatan tinggi sampai dengan pelaksana yang mengakibatkan kerugian bank. Hal tersebut dikarenakan sistem pengukuran kinerja dan monitoringnya masih lemah. Berdasarkan salah satu contoh tersebut diatas, maka KMS mencoba untuk melakukan penyusunan metode pengukuran kinerja yang lebih baik dan memenuhi kaidah *Smart-C*, yaitu *Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time Bound*, dan *Consistent*.

Sistem pengukuran dengan metode KPI memang belum lazim dilakukan di Lembaga keuangan khususnya BPRS, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Surabaya mengatakan bahwa untuk level BPRS dengan asset dibawah 100 milyar, baru KMS yang pertama kali menerapkan sistem pengukuran kinerja dengan Metode KPI. Di Lembaga keuangan untuk Bank Umum dan BPR Konvensional yang assetnya sudah diatas 500 Milyar memang sudah menggunakan metode KPI untuk mengukur kinerja pegawainya, dan KMS membuat terobosan tersebut untuk bisa meningkatkan kinerja pegawai. KMS memiliki keyakinan bahwa jika sistem pengukuran kinerja dengan metode KPI ini diterapkan akan dapat meningkatkan produktivitas kerja pegawai, yaitu dengan mengoptimalkan Output (efektif) dan menekan Input (efisiensi).

Metode KPI yang sudah ditetapkan dan disosialisasikan sejak Bulan Oktober 2018 akan diterapkan mulai kinerja Tahun 2019. KMS telah mencanangkan tahun 2019 sebagai tahun produktivitas. Salah satu hal yang dilakukan untuk meningkatkan produktivitas pegawai adalah penguatan terhadap

sistem manajemen kinerja. Perusahaan perlu mengokohkan pengelolaan kinerja agar selaras dengan strategi bisnisnya. Penguatan sistem manajemen kinerja salah satunya adalah melakukan standarisasi *Key Performance Indicator* (KPI). Standarisasi KPI ini dilakukan untuk menyelaraskan target kinerja karyawan dengan strategi bisnis perusahaan. KPI merupakan matrik baik finansial (kuantitatif) maupun non finansial (kualitatif) yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur performa kerjanya. KPI harus mencerminkan tujuan yang ingin diraih oleh perusahaan tersebut, sehingga setiap perusahaan bisa jadi berbeda sesuai dengan kebutuhannya. KPI membutuhkan perencanaan yang matang dan harus didukung oleh ketersediaan data informasi yang akurat serta konsisten.

Pertimbangan utama KMS dalam menerapkan sistem perhitungan kinerja karyawan dengan metode KPI adalah selama ini perusahaan masih belum memiliki standarisasi sistem pengukuran kinerja yang spesifik, terukur, sesuai sasaran, realistis, dan konsisten sesuai dengan tujuan perusahaan. Sehingga ada kecenderungan pegawai yang memiliki kinerja yang bagus kalah menonjol dibandingkan dengan pegawai yang kurang produktif, dan dapat diilustrasikan oleh pegawai adalah bekerja dengan prestasi baik ataupun tidak akan memperoleh gaji yang sama.

Berdasarkan hal tersebut maka manajemen KMS menyusun metode penilaian kinerja, dan sudah ditentukan indikator penilaian KPI, yaitu meliputi pendanaan (*funding*), pembiayaan (*lending*), *Fee Base Income* (FBI), *Non Performing Financing* (NPF) dan Laba (*profit*). Sistem penilaian kinerja dengan Metode KPI tersebut dituangkan oleh Direksi melalui Surat Edaran No.019/SID/BSKMS/X/2018 Tanggal 30 Oktober 2018 Perihal Penilaian Kinerja Pegawai Melalui Metode Pengukuran *Key Performance Indicator* (KPI). Untuk meyakinkan penilaian kinerja dengan metode KPI bisa betul-betul dipahami dan dilaksanakan oleh seluruh pegawai, maka manajemen melakukan sosialisasi langsung kepada seluruh pegawai. Dimana Sosialisasi dilakukan oleh Team Perumus dan Pembuat Perhitungan dengan Metode KPI (TP3-KPI), yaitu oleh Direktur Utama atau Direktur Operasional, Staff Ahli, Operation Manager & HRD, dan Head Internal Auditor.

Manajemen kantor pusat sebelum melakukan sosialisasi, sudah memastikan bahwa Surat Edaran tentang Penilaian Kinerja Pegawai Melalui Metode Pengukuran *Key Performance Indicator* (KPI) sudah betul-betul diterima oleh Kantor Cabang dan sudah didistribusikan kepada seluruh pegawai KMS. Setelah itu Direksi mengundang seluruh Kepala Cabang (*Branch Manager*) ke Kantor Pusat untuk diberikan sosialisasi penilaian kinerja dengan metode KPI, melalui Pelatihan dan Pembelajaran dengan metode baru serta disertai dengan studi kasus cara perhitungan penilaian kinerja dengan posisi tanggal penilaian adalah 30 September 2018 untuk setiap Kantor Cabang. Setelah Kepala Cabang sudah diberikan pelatihan dan pemahaman maka Direksi meminta Kepala Cabang untuk mensosialisasikan hasil pelatihan tersebut kepada seluruh pegawai di jajarannya masing-masing (*transfer knowleage*), dimana Kepala Cabang dibekali dengan bahan presentasi dan contoh cara penilaian metode KPI.

Metode yang telah diajarkan kepada Kepala Cabang oleh TP3-KPI sama dengan yang diajarkan oleh Kepala Cabang ke pegawainya, maka TP3-KPI menyusun jadwal untuk sosialisasi melalui kunjungan langsung ke seluruh Kantor Cabang. Sosialisasi dilaksanakan selama 10 hari kerja untuk 5 Kantor Cabang yang dikunjungi, yaitu mulai dari Tanggal 12 November 2018 sampai dengan tanggal 23 November 2018. Pelaksanaan sosialisasi oleh team dimulai dari Kantor Cabang Surabaya, Kantor Cabang Mojokerto, Kantor Cabang Trenggalek, Kantor Cabang Lumajang, dan di tutup di Kantor Cabang Lamongan.

Sosialisasi merupakan program komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu tujuan perusahaan. Melalui sosialisasi, pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif dapat disebarluaskan secara sistemik kepada seluruh karyawan untuk diperoleh hasil yang optimal. Sosialisasi program yang salah dan kurang baik akan menghasilkan program tersebut tidak akan sampai secara baik ke karyawan sehingga akan berakibat tujuan perusahaan akan tidak bisa dilakukan secara optimal. Aktifitas sosialisasi selalu melekat pada kegiatan komunikasi persuasif yang bertitik tolak pada usaha membujuk tanpa melakukan upaya pemaksaan dalam menerima informasi. Aktifitas sosialisasi dapat diaplikasikan pada berbagai hal,

termasuk dimanfaatkan oleh perusahaan yang berusaha mendapatkan dukungan dari karyawan terkait program yang akan dijalankan.

Guna memastikan apakah sosialisasi program KPI tersebut sudah berjalan dengan baik, maka diperlukan audit komunikasi. Untuk dapat mengetahui apakah kegiatan komunikasi yang sudah dijalankan efektif dalam mencapai tujuan, dimana tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja pegawai dilingkungan kerja KMS. Namun saat ini KMS belum pernah melakukan audit komunikasi setiap kebijakan atau aturan yang telah disosialisasikan, perusahaan belum menyadari pentingnya dilakukan audit komunikasi secara berkala. Mereka juga belum memahami apa dan bagaimana cara melakukan audit komunikasi dan bagaimana hubungannya dengan efektifitas kegiatan komunikasi yang dilakukan. Untuk itu penulis akan melakukan penelitian yang berjudul “**Audit Komunikasi Kegiatan Sosialisasi Program Key Performance Indicator di PT. BPR Syariah Karya Mugi Sentosa**”. Audit komunikasi juga dapat untuk mengetahui kegiatan komunikasi yang sudah dilakukan dapat memperoleh hasil yang efektif dalam mencapai tujuan, dimana tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja pegawai dilingkungan kerja KMS melalui metode pengukuran kinerja dengan KPI.

Pertimbangan utama penulis dalam menetapkan obyek penelitian di PT. BPRS Karya Mugi Sentosa adalah dikarenakan KMS merupakan satu-satunya BPRS di Jawa Timur dengan Asset dibawah 100 Milyar yang mempergunakan KPI sebagai metode pengukuran kinerja, dan Manajemen Pusat KMS sudah melakukan sosialisasi terkait metode KPI tersebut namun belum mengetahui apakah sosialisasi tersebut sudah berjalan secara efektif , sehingga dengan mengimplementasikan teori Audit Komunikasi ini, penulis meyakini bahwa penelitian ini akan sangat memberikan manfaat bagi KMS khususnya untuk program sosialisasi metode pengukuran kinerja dengan KPI dan sosialisasi aturan dan kebijakan kedepannya.

Penelitian terdahulu sangat diperlukan sebagai pembanding dan acuan untuk melaksanakan penelitian yang relevansinya meneruskan suatu penelitian ataupun menyanggah dari penelitian sebelumnya. Dalam suatu penelitian, sangat diperlukan adanya temuan penelitian terdahulu, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui sekaligus untuk menguji obyektivitas ilmu yang menjadi masalah

dalam penelitian itu. Dalam ilmu social dan komunikasi, kebenaran ilmu yang dikembangkan dari penelitian di suatu tempat belum tentu benar atau cocok di tempat lain, mungkin karena perbedaan sosio-budaya responden penelitian, maka hasil penelitian di tempat lain mungkin akan berbeda dengan penelitian sebelumnya yang berbeda tempat. Namun demikian, apabila suatu teori atau konsep setelah diteliti di berbagai tempat hasilnya menunjukkan tingkat ketepatan yang relatif sama, maka obyektivitas teori tersebut cukup tinggi dan dapat digunakan untuk keperluan praktis diberbagai tempat. Untuk itulah maka berikut ini dikemukakan beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dengan penelitian ini.

Rany An Nisaa Syabrina dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga (2017) dengan judul “**Efektifitas si Komunikasi Pada Penyelenggaraan Festival Damar Kurung Gresik Tahun 2017**”. Penelitian tersebut tentang tujuan untuk memperkenalkan dan melestarikan Kesenian Damar Kurung Gresik yang mulai hilang dan terlupakan. Selama enam tahun penyelenggaraan, festival ini mengalami naik turunnya antusiasme pengunjung. Hal ini tidak terlepas dari praktik komunikasi yang dilakukan oleh komunitas dalam mengkomunikasikan *event*. Kurung tahun 2017 dalam menilai efektifitas si komunikasi. Efektifitas komunikasi diukur dengan enam kriteria, yakni penerima komunikasi, isi pesan, ketepatan waktu, saluran, format kemasan dan sumber. Sedangkan efisiensi diukur dengan empat dimensi, yakni biaya finansial, waktu, ketepatan pesan, dan kemudahan pemahaman pesan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data survei untuk data primer dan wawancara untuk data pendukung. Teknik survei menggunakan teknik skala *Likert* dan jenis penelitian deskriptif evaluatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan komunikasi festival telah berjalan efektif pada lima dimensi, yaitu penerima komunikasi, ketepatan waktu, saluran, format kemasan, dan sumber. Namun tidak efektif pada satu dimensi, yaitu isi pesan. Sedangkan efisiensi pada kegiatan festival belum tercapai, saran yang mendukung efisiensi komunikasi pada festival Damar Kurung untuk perbaikan adalah dari sisi *budgeting*, menentukan waktu yang tepat untuk distribusi informasi, menciptakan akurasi dalam pengkomunikasian hingga memperjelas isi pesan *event*. Sedangkan temuan dalam

penelitian ini bahwa komunitas penyelenggara belum secara khusus dan serius memperhatikan aspek komunikasi, akibatnya *goal event* tidak tercapai sehingga turunnya jumlah pengunjung.

Isnaniah Nurdin, Hafied Cangara, Iqbal Sultan dari Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin (2014) dengan judul “**Audit Komunikasi Terhadap Program Sosialisasi Pembangunan T/L 150 Kv Maros-Sungguminasa PT. PLN (Persero) Pikitring Sulmapa**”. Penelitian ini bertujuan mengaudit proses sosialisasi pembangunan T/L 150 kV Maros-Sungguminasa PT. PLN (Persero) Pikitring Sulmapa, dan mengaudit hambatan dalam proses sosialisasi pembangunan T/L 150 kV Maros-Sungguminasa PT. PLN (Persero) Pikitring Sulmapa dari tim sosialisasi kepada pemerintah, masyarakat pemilik tanah, dan masyarakat yang terkena dampak pembangunan T/L 150 kV Maros-Sungguminasa PT. PLN (Persero) Pikitring Sulmapa. Tipe penelitian ini adalah studi kasus (*case study*) dengan pendekatan audit komunikasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, kuesioner, dan studi dokumen. Data dianalisis dengan teknik analisis yang dikembangkan oleh *International Communication Association (ICA)*, yaitu analisis pengalaman komunikasi (*communication experience*) juga dikenal dengan sebutan teknik peristiwa kritis (*critical incident technique*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa proses sosialisasi pembangunan T/L 150 kV Maros- Sungguminasa PT. PLN (Persero) Pikitring Sulmapa disampaikan secara langsung oleh Tim Sosialisasi kepada masyarakat pemilik tanah, masyarakat terkena dampak, dan pemerintah melalui dua media atau saluran yang berbeda. Bentuk evaluasi yang dilakukan oleh Tim Sosialisasi sangat sederhana yaitu jika ada umpan balik dari masyarakat, dan masyarakat menerima maka Tim Sosialisasi menganggap sosialisasi telah berhasil dilaksanakan. Hambatan yang menjadi temuan penulis dalam program sosialisasi pembangunan T/L 150 kV Maros-Sungguminasa PT. PLN (Persero) Pikitring Sulmapa adalah hambatan bahasa yang disebabkan oleh terbatasnya pengetahuan bahasa daerah yang dimiliki oleh Tim Sosialisasi. Hambatan penyederhaan pesan terjadi karena Tim Sosialisasi berusaha menekan kadar kebingungan yang mungkin dialami oleh

masyarakat pemilik tanah, masyarakat terkena dampak, dan pemerintah terkait (Kepala Lingkungan) sehingga merasa perlu untuk menyesuaikan porsi cara berpikir dengan mempertimbangkan latar belakang pendidikan. hambatan lain yang ditemui penulis terkait proses sosialisasi tersebut adalah hambatan prasangka, penghapusan pesan, dan hambatan yang dialami berdasarkan sifatnya yaitu hambatan subjektivitas.

1.2 Rumusan Masalah

Atas dasar uraian latar belakang masalah penelitian di atas, dapat diketahui bahwa sosialisasi merupakan program komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu tujuan perusahaan, dan untuk memastikan sosialisasi program KPI tersebut sudah berjalan dengan baik, maka diperlukan audit komunikasi. Audit komunikasi juga dapat untuk mengetahui kegiatan komunikasi yang sudah dilakukan dapat memperoleh hasil yang efektif dalam mencapai tujuan, dimana tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja pegawai dilingkungan kerja KMS melalui metode pengukuran kinerja dengan KPI.

Untuk itu permasalahan yang penulis ajukan dalam penelitian ini dapat dirumuskan bahwa dari sudut pandang komunikasi ada masalah yang perlu dikaji lebih mendalam, yaitu sebagai berikut :

Apakah audit komunikasi pengukuran kinerja dengan metode *Key Performance Indicator* di PT. BPRS Karya Mugi Sentosa?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan mengetahui lebih dekat mengenai audit komunikasi pada aktivitas sosialisasi yang telah dilakukan. Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Untuk mengetahui audit komunikasi pengukuran kinerja dengan metode *Key Performance Indicator* di PT. BPRS Karya Mugi Sentosa?.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti lebih terfokus dan tidak melebar pada permasalahan yang lain, maka peneliti membatasi pokok bahasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian dengan judul “audit komunikasi kegiatan sosialisasi program *Key Performance Indicator* di PT. BPRS Karya Mugi Sentosa” adalah studi penelitian kuantitatif eksplanatif dengan metode survei.
2. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan yang berada di PT. BPRS Karya Mugi Sentosa yang telah mengikuti sosialisasi program pengukuran kinerja melalui metode *Key Performance Indicator*.
3. Objek penelitian ini adalah sosialisasi program *Key Performance Indicator*.
4. Lokasi penelitian dibatasi di PT. BPRS Karya Mugi Sentosa.

1.5 Manfaat penelitian

1.5.1 Manfaat Penelitian Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian dalam skripsi ini diharapkan dapat menambah khasanah dalam pengembangan Ilmu Pengetahuan. Di mana hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori-teori yang sudah ada, khususnya yang berkaitan dengan audit komunikasi. Hasil penelitian pada skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk menambah wawasan dan memberikan pengetahuan baru seputar ilmu komunikasi dalam bidang kajian korporasi, lebih tepatnya teori-teori yang berkaitan dengan audit komunikasi.
2. Penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan respon dan sikap dari karyawan terhadap hasil sosialisasi yang dilakukan oleh perusahaan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan hasil audit komunikasi atas sosialisasi yang telah dilakukan, sehingga akan dapat dilakukan perbaikan berdasarkan atas hasil penelitian untuk sosialisasi kebijakan kedepannya.
4. Acuan bagi penelitian lebih lanjut dalam bidang yang sama atau yang terkait.

1.5.2 Manfaat Secara Umum

Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan:

1. Memberikan sumbangan informasi kepada PT. BPRS Karya Mugi mengenai bagaimanakah: audit komunikasi dapat mengetahui efektifitas si sosialisasi pengukuran kinerja dengan metode *Key Performance Indicator* di PT. BPRS Karya Mugi Sentosa.
2. Penelitian ini sebagai aplikasi teori-teori yang telah diperoleh di bangku kuliah, khususnya yang berkaitan dengan audit komunikasi pada dunia perbankan syariah.
3. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai audit komunikasi dapat mengetahui efektifitas si sosialisasi yang dilakukan.
4. Dapat dijadikan sebagai acuan oleh peneliti berikutnya sebagai landasan pikir dalam penelitian pada obyek perbankan syariah.
5. Bahan kepustakaan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.