



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Implementasi
***People-Centered Organization* di PT. ATAP Promotions**

Skripsi

Oleh

Muhammad Dava Khairyan

6081901118

Bandung

2023



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana

Terakreditasi Unggul

SK BAN –PT NO: 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

**Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Implementasi
People-Centered Organization di PT. ATAP Promotions**

Skripsi

Oleh

Muhammad Dava Khairyan

6081901118

Pembimbing

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.

Bandung

2023

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Muhammad Dava Khairyan
Nomor Pokok : 6081901118
Judul : Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Implementasi *People-Centered Organization* di PT. ATAP Promotions

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 28 Juni 2023
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. M.M., M.Phil.

: 

Sekretaris

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.

: 

Anggota

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.AB

: 

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

DAFTAR PERBAIKAN NASKAH SKRIPSI

Nama : Muhammad Dava Khairyan
Nomor Pokok Mahasiswa : 6081901118
Program Studi : Administrasi Bisnis
Pembimbing : Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. (19880164) Pembimbing Tunggal
Hari dan tanggal ujian skripsi : Rabu tanggal 28 June 2023
Judul (Bahasa Indonesia) : Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Implementasi People-Centered Organization di PT. ATAP Promotions
Judul (Bahasa Inggris) : The Influence of The Communication Climate on The Implementation of People-Centered Organization at PT. ATAP Promotions

1. Perbaiki Judul Skripsi menjadi (**Judul harus ditulis lengkap menggunakan huruf besar kecil/Title Case**)

Judul (Bahasa Indonesia)

Judul (Bahasa Inggris)

2. Perbaiki Umum (meliputi : cara merujuk, daftar pustaka, teknis editing) :

3. Perbaiki di Bab 1

4. Perbaiki di Bab 2

5. Perbaiki di Bab 3 analisis ditambahkan pendalaman untuk melengkapi pemahaman

6. Perbaiki di Bab 4

7. Perbaiki di Bab 5

DOKUMEN INI TIDAK PERLU DITANDATANGANI LAGI

Bandung, 28 June 2023

Ketua Program Studi,

kaprodi_iab.fisip@unpar.ac.id
6/28/2023 10:17:02

Shelvi, S.AB., M.M.

Penguji,

theresia@unpar.ac.id
6/29/2023 20:03:52

Dr. Theresia Gunawan, S.Sos. MM., M.Phil.

Penguji (Pembimbing),

bano@unpar.ac.id
6/28/2023 10:04:04

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si.

Penguji,

albertmpltobing@unpar.ac.id
6/28/2023 9:45:15

Albert Mangapul Parulian Lumban Tobing, ST., M.
AB.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Dava Khairyan

NPM : 6081901118

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Implementasi

People-Centered Organization di PT. ATAP Promotions

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 18 Juni 2023



Muhammad Dava Khairyan

ABSTRAK

Nama : Muhammad Dava Khairyan

NPM : 6081901118

Judul : Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Implementasi

People-Centered Organization di PT. ATAP Promotions

Sumber daya manusia dalam organisasi dapat menghasilkan kinerja yang baik apabila suasana kerja dalam organisasi mendukung. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh iklim komunikasi terhadap implementasi *people-centered organization* di PT. ATAP Promotions.

Iklim komunikasi adalah persepsi karyawan terhadap suasana dan dinamika yang terjadi dalam perusahaan. *People-centered organization* adalah budaya organisasi yang percaya dan menganggap bahwa karyawan adalah bagian penting dalam organisasi. Iklim komunikasi dalam perusahaan dapat mempengaruhi implementasi *people-centered organization* melalui suasana dan budaya dalam perusahaan yang sudah terbentuk.

Penelitian ini dilakukan di PT. ATAP Promotions yang berada di kota Bandung, Jawa Barat, Indonesia. PT. ATAP Promotions berdiri sejak tahun 2004 yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *brand consultant* dan *creative agency*. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian eksplanatori dengan metode penelitian survey. Populasi dalam penelitian ini yaitu karyawan dengan jabatan di bawah pemimpin divisi di PT. ATAP Promotions yang berjumlah 22 orang. Seluruh populasi dalam penelitian ini menjadi sampel penelitian. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan uji asumsi klasik dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi di PT. ATAP Promotions dinilai sangat baik dan implementasi *people-centered organization* di PT. ATAP Promotions dinilai baik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklim komunikasi berpengaruh secara signifikan yaitu sebesar 83% terhadap implementasi *people-centered organization*.

Rekomendasi yang diberikan oleh penulis yaitu pemimpin divisi perlu menciptakan hubungan yang erat dengan karyawan untuk menghilangkan rasa sungkan karyawan dan pemimpin divisi merangkul dan memotivasi karyawan untuk meyakinkan bahwa dirinya memiliki potensi untuk bisa berkembang menjadi lebih baik lagi.

Kata kunci: Iklim Komunikasi, *People-centered organization*

ABSTRACT

Name : Muhammad Dava Khairyan

Student ID : 6081901118

Title : *The Influence of The Communication Climate on The Implementation of People-Centered Organization at PT. ATAP Promotions*

Human resources in the organization can produce good performance if the working atmosphere in the organization is supportive. The study aims to determine the influence of communication climate on the implementation of people-centered organization at PT. ATAP Promotions.

The communication climate is the employee's perception of the atmosphere and dynamics that occur within the company. People-centered organization is an organizational culture that believes and considers that employees are an important part of the organization. The communication climate in the company can affect the implementation of people-centered organization through the atmosphere and culture in the company that has been formed.

This research was conducted at PT. ATAP Promotions is located in Bandung, West Java, Indonesia. PT. ATAP Promotions was established in 2004 which is a company engaged in brand consultant and creative agency. The type of research used in this study is explanatory research with survey research methods. The population in this study is employees with positions under division leaders at PT. ATAP Promotions totaled 22 people. The entire population in this study became the study sample. The data analysis technique in this study is by testing classical assumptions and simple linear regression. The results of this study show that the communication climate at PT. ATAP Promotions is considered very good and the implementation of people centered organization at PT. ATAP Promotions is rated good. The results of this study show that the communication climate has a significant effect, which is 83% on the implementation of people-centered organizations.

The recommendation given by the author is that division leaders need to create close relationships with employees to eliminate employee hesitancy and division leaders embrace and motivate employees to ensure that they have the potential to develop even better.

Keyword: Communication climate, People-centered organization

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PERMASALAHAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Objek Penelitian	8
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....	13
2.1 Sumber Daya Manusia	13
2.2 Komunikasi	14
2.3 Komunikasi Organisasi	15
2.3.1 Arah Komunikasi.....	17
2.4 Iklim Komunikasi.....	19
2.4.1 Manfaat Iklim Komunikasi.....	20
2.4.2 Dimensi Iklim Komunikasi	21
2.5 <i>People-Centered Organization</i>	23
2.5.1 Tujuan <i>People-Centered Organization</i>	27

2.5.2 Manfaat <i>People-Centered Organization</i>	28
2.5.3 Dimensi <i>People-Centered Organization</i>	29
2.6 Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Implementasi <i>People Centered-Organization</i>	33
2.7 Metodologi Penelitian	35
2.7.1 Jenis Penelitian	35
2.7.2 Metode Penelitian	36
2.7.3 Model Penelitian.....	36
2.7.4 Variabel dan Operasional Variabel.....	37
2.7.5 Populasi dan Sampel.....	44
2.7.6 Sumber Data	45
2.7.7 Instrumen Penelitian	46
2.7.8 Teknik Pengumpulan Data	47
2.7.9 Teknik Analisis Data	48
2.7.9.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	49
2.7.9.2 Uji Asumsi Klasik.....	50
2.7.9.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	52
2.7.9.4 Uji Hipotesis	52
BAB III HASIL DAN TEMUAN	55
3.1 Karakteristik Responden	55
3.2 Analisis Deskriptif.....	59

3.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Iklim Komunikasi	59
3.2.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Iklim Komunikasi Berdasarkan Divisi.....	76
3.2.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>People-Centered Organization</i>	84
3.2.2.1 Analisis Deskriptif Variabel <i>People-Centered Organization</i> Berdasarkan Divisi.....	104
3.3 Hasil Analisis Data.....	113
3.3.1 Uji Validitas.....	113
3.3.2 Uji Reliabilitas	115
3.4 Uji Asumsi Klasik	117
3.5 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	120
3.6 Uji Hipotesis.....	121
3.7 Temuan Penelitian	123
3.7.1 Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Implementasi <i>People-Centered</i> <i>Organization</i>	123
BAB IV KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI.....	127
4.1 Kesimpulan.....	127
4.2 Rekomendasi	128
4.3 Implikasi.....	129
Daftar Pustaka	132
LAMPIRAN.....	141
Lampiran 1 : Karakteristik Responden.....	141

Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian (PT. ATAP Promotions).....	142
Lampiran 3 : Pernyataan Kuesioner	143
Lampiran 4 : Tabel Induk SPSS	149

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel	38
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Akhir.....	57
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Divisi	58
Tabel 3.5 Kriteria Penilaian Variabel.....	59
Tabel 3.6 Analisis Deskriptif Dimensi Kepercayaan.....	60
Tabel 3.7 Analisis Deskriptif Dimensi Pembuatan Keputusan Bersama.....	63
Tabel 3.8 Analisis Deskriptif Dimensi Kejujuran.....	65
Tabel 3.9 Analisis Deskriptif Dimensi Keterbukaan dalam.....	67
Tabel 3.10 Analisis Deskriptif Dimensi Mendengarkan dalam	69
Tabel 3.11 Analisis Deskriptif Dimensi Perhatian Pada.....	71
Tabel 3.12 Analisis Deskriptif Variabel Iklim Komunikasi	73
Tabel 3.13 Analisis Deskriptif Variabel Iklim Komunikasi	76
Tabel 3.14 Analisis Deskriptif Variabel Iklim Komunikasi	77
Tabel 3.15 Analisis Deskriptif Variabel Iklim Komunikasi	80
Tabel 3.16 Analisis Deskriptif Variabel Iklim Komunikasi	82
Tabel 3.17 Kriteria Penilaian Variabel.....	84
Tabel 3.18 Analisis Deskriptif Dimensi Nilai Inti yang Berpusat Pada Orang.....	85

Tabel 3.19 Analisis Deskriptif Dimensi Kepemimpinan yang mengedepankan tindakan.....	87
Tabel 3.20 Analisis Deskriptif Dimensi Komunikasi Terbuka.....	89
Tabel 3.21 Analisis Deskriptif Dimensi Kepercayaan.....	92
Tabel 3.22 Analisis Deskriptif Dimensi Keselarasan Operasi dan Lingkungan Kerja yang Berfokus pada Praktik Pengembangan SDM dan Bakat	94
Tabel 3.23 Analisis Deskriptif Dimensi Mengubah Responsivitas	96
Tabel 3.24 Analisis Deskriptif Dimensi Ketahanan Organisasi.....	99
Tabel 3.25 Analisis Deskriptif Variabel <i>People-Centered Organization</i>	101
Tabel 3.26 Analisis Deskriptif Variabel <i>People-Centered Organization</i> Divisi Keuangan, SDM, dan General Affair.....	104
Tabel 3.27 Analisis Deskriptif Variabel <i>People-Centered Organization</i> Divisi Proyek Digital.....	107
Tabel 3.28 Analisis Deskriptif Variabel <i>People-Centered Organization</i> Divisi Kreatif dan Pemasaran	109
Tabel 3.29 Analisis Deskriptif Variabel <i>People-Centered Organization</i> Divisi Proyek Acara	111
Tabel 3.30 Hasil Uji Validitas Variabel Iklim Komunikasi.....	114
Tabel 3.31 Hasil Uji Validitas Variabel <i>People-Centered Organization</i>	114
Tabel 3.32 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklim Komunikasi.....	116
Tabel 3.33 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>People-Centered Organization</i>	116
Tabel 3.34 Hasil Uji Normalitas	117
Tabel 3.35 Hasil Uji Linearitas	119

Tabel 3.36 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	120
Tabel 3.37 Hasil Uji Signifikansi Model Regresi	121
Tabel 3.38 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT. ATAP Promotions.....	8
Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT. ATAP Promotions	9
Gambar 1.3 Klien PT. ATAP Promotions	11
Gambar 2.1 Model Penelitian	36
Gambar 3.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Karakteristik Responden	141
Lampiran 2 : Dokumentasi Penelitian (PT. ATAP Promotions)	142
Lampiran 3 : Pernyataan Kuesioner	143
Lampiran 4 : Tabel Induk SPSS.....	149

BAB I

PERMASALAHAN

1.1. Latar Belakang

Era globalisasi yang diiringi dengan perkembangan zaman saat ini tentunya memiliki pengaruh di berbagai bidang, salah satunya yaitu pertumbuhan ekonomi (Bekti, 2019). Pada tahun 2022, berdasarkan survei Badan Pusat Statistik (2023) ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,31%, dimana angka tersebut merupakan hasil yang baik karena pada tahun 2021 pertumbuhan ekonomi Indonesia sebesar 3,70%, yang artinya terjadi peningkatan pertumbuhan ekonomi sebesar 1,61%. Meningkatnya angka pertumbuhan ekonomi di Indonesia salah satunya dipengaruhi oleh lapangan usaha yang melakukan kegiatan bisnis (Badan Pusat Statistik, 2023).

Perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis tentunya memiliki tujuan untuk meraih keberhasilan melalui produk atau jasa yang ditawarkannya kepada umum. Untuk meraih keberhasilan, maka perusahaan membutuhkan sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki daya saing tinggi untuk terus mengembangkan perusahaan dan bertahan dalam persaingan bisnis (Putri, et al., 2022). Sumber daya manusia yang berkualitas dan memiliki daya saing tinggi diharapkan akan memberikan kinerja yang baik, dimana hal tersebut merupakan peluang bagi perusahaan untuk meraih keberhasilan (Putri, et al., 2022). Selain sumber daya manusia yang berkualitas, ada faktor pendukung lainnya untuk keberhasilan perusahaan, salah satunya yaitu iklim komunikasi.

Dalam perusahaan, iklim komunikasi tentunya dapat dirasakan oleh sumber daya manusia atau karyawan karena iklim komunikasi itu sendiri dapat terjadi berdasarkan komunikasi yang dilakukan oleh sesama karyawan. Budaya organisasi memberikan gambaran mengenai ciri khas dari tempat terkait, proses yang ada di dalamnya, dan bagaimana organisasi mengilustrasikan tempat tersebut, dimana reaksi mengenai budaya organisasi yang dimaksud adalah iklim komunikasi organisasi (Shockley-Zalabak, 2015). Iklim komunikasi menjadi salah satu faktor yang memiliki peran penting dalam organisasi karena memiliki kapabilitas untuk memberikan pengertian yang lebih baik untuk memotivasi karyawan untuk berperilaku dengan suatu cara dan menghubungkan praktik produktivitas dan manajemen sumber daya manusia dalam perusahaan (Ruliana, Lestari, Andriani, & Atmaja, 2018). Iklim komunikasi yang baik merupakan suatu suasana yang diinginkan oleh karyawan, karena iklim komunikasi yang terjadi dapat memiliki potensi untuk mewujudkan hubungan yang erat terhadap sesama karyawan yang dapat berdampak positif pada kinerja karyawan (Irawan & Venus, 2016). Iklim komunikasi dapat mewujudkan hubungan yang erat antara sesama karyawan maupun dengan atasan, karena iklim komunikasi yang baik dapat memberikan persepsi kepada karyawan maupun atasan langsung berkomunikasi dengan sesama secara santai, saling terbuka, dan ramah kepada sesama, dimana hal tersebut dapat mewujudkan rasa persaudaraan (Ayundhasurya & Kurniawan, 2018).

People-centered organization secara garis besar merupakan konsep budaya organisasi yang beranggapan bahwa karyawan menjadi fokus utama dengan nilai yang sangat tinggi dan karyawan sebagai aset yang paling penting (Black &

Venture, 2015). Konsep *people-centered organization* berkaitan dengan konsep *humane entrepreneurship*, dimana individu yang tergabung dianggap sebagai bagian penting, yang berpengaruh positif untuk pengembangan perusahaan dalam jangka panjang (Tarabishy, Hwang, Enriquez, & Kim, 2021). Konsep *people-centered organization* dapat memberikan keuntungan untuk karyawan maupun perusahaan, dimana karyawan akan merasa dianggap penting dan dihargai yang berdampak pada hasil kinerja karyawan yang positif dan meningkatnya komitmen karyawan yang dapat membantu perusahaan untuk terus berkembang (Black & Venture, 2015).

PT. ATAP Promotions adalah perusahaan yang bergerak di bidang *brand consultant* dan *creative agency* yang berdiri sejak tahun 2004 dengan spesialisasi untuk *brand communication service, hospitality service, production service*. PT. ATAP Promotions seringkali menerima klien dari perusahaan besar untuk merancang strategi dan mengeksekusi keinginan klien seperti keperluan pemasaran, pembuatan acara secara luring dan daring, hingga layanan pengadaan. PT. ATAP Promotions dikenal karena dapat mengeksekusi keinginan klien dengan ide yang unik dan menarik, sesuai dengan visi perusahaan yaitu untuk dikenal karena produk dan hasil kerja yang unik. Untuk dapat meraih hasil kerja yang maksimal, komunikasi tentunya menjadi kegiatan yang sangat penting untuk dilakukan.

PT. ATAP Promotions yang bergerak di bidang *brand consultant* dan *creative agency* tentunya berkaitan erat dengan kegiatan komunikasi sesama karyawan maupun dengan atasan langsung di dalamnya, karena permintaan dari klien diawali dari tahap perencanaan yang membutuhkan diskusi untuk

mendapatkan ide yang menarik dan untuk pembuatan konsep. Meskipun tidak semua karyawan terlibat karena ada divisi yang tidak berkaitan dengan pembuatan konsep untuk klien, namun komunikasi dengan seluruh divisi tetap berjalan untuk kelancaran kegiatan bisnis PT. ATAP Promotions. Untuk sebagian pekerjaan yang berkaitan dengan digital, atasan langsung mempercayai karyawan untuk menentukan ide dan pembuatan konsep untuk suatu pekerjaan, karena karyawan yang lebih muda dianggap lebih memahami kondisi dan tren saat ini. Saat ini sedang dalam masa transisi perubahan manajemen di PT. ATAP Promotions, yang semula aturan atau kebijakan dibuat hanya seadanya, saat ini sudah dibuat dengan lebih jelas dan terukur dengan tujuan untuk perkembangan perusahaan agar lebih baik lagi. Dalam prosesnya, perubahan manajemen tersebut melibatkan karyawan agar dapat disesuaikan dan menghasilkan manajemen yang baik.

Iklim komunikasi yang terjadi di PT. ATAP Promotions berpotensi untuk memberikan dampak positif untuk karyawannya karena adanya kepercayaan, perhatian dan diperhatikan oleh pemimpin atas komunikasi yang disampaikan, serta hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan karyawan kepada atasan langsung atas tindakan dan perhatian yang diberikan.

Perusahaan yang mengimplementasikan budaya organisasi *people-centered organization* memberikan keuntungan untuk anggota karyawan maupun untuk perusahaan itu sendiri. Untuk meraih tujuan perusahaan, PT. ATAP Promotions tidak hanya bergantung pada keterampilan dan keahlian dari karyawan untuk menghasilkan kinerja yang baik, namun suasana dan budaya yang tepat merupakan bagian penting untuk meraih tujuan perusahaan. Dengan mengimplementasikan

budaya organisasi *people-centered organization*, PT. ATAP Promotions akan memperoleh keuntungan yang dapat berdampak untuk keberlangsungan perusahaan. Dengan karyawan yang diperhatikan dan dihargai dalam perusahaan, karyawan akan merasa nyaman dan dianggap penting dalam perusahaan yang berdampak positif pada kinerja dan motivasi karyawan karena akibat dari lingkungan kerja yang mendukung. Dengan memperhatikan dan menganggap penting karyawan, maka upaya yang dilakukan akan menghasilkan peningkatan komitmen karyawan terhadap perusahaan. Ketika budaya organisasi *people-centered organization* mengedepankan nilai bersama dan memiliki tujuan membuat karyawan menemukan makna, maka akan berfungsi untuk kerangka kerja yang kuat untuk pengambilan keputusan (Black & Venture, 2017).

Budaya organisasi *people-centered organization* diperlukan oleh perusahaan yang ingin meningkatkan hubungan dan komitmen karyawan terhadap organisasi. Dengan menganggap penting karyawan dalam perusahaan melalui keterlibatan karyawan untuk pengambilan keputusan terkait pekerjaan atau suatu kebijakan, akan berdampak kepada hubungan yang erat antara sesama karyawan maupun atasan langsung. Apabila hubungan yang erat terjadi dan karyawan merasa nyaman bekerja di perusahaan, maka komitmen karyawan terhadap perusahaan akan meningkat. Dengan budaya *people-centered organization*, perusahaan merangkul karyawan untuk berinovasi melalui komitmen terhadap tujuan perusahaan yang dibuat bersama (Kim, Hornsby, Enriquez, Bae, & Tarabishy, 2021).

Untuk perusahaan yang bergantung pada ide dan kreativitas untuk melaksanakan proyek dari klien, iklim komunikasi memiliki peran terhadap seluruh ide dan kreativitas yang disampaikan oleh karyawan terkait, karena apa yang disampaikan tentunya akan didengar dan memberikan masukan untuk mendukung ide dan konsep yang akan dibuat. Hal tersebut berkaitan dengan konsep *people-centered organization* karena ide dan masukan terkait proyek akan didengar dan dipertimbangkan yang membuat karyawan merasa diperhatikan dan dihargai, yang berarti konsep *people-centered organization* berpotensi untuk mendukung perusahaan untuk terus berkembang karena karyawan diperhatikan dengan baik melalui iklim komunikasi di perusahaan. Berdasarkan uraian diatas mengenai kaitan iklim komunikasi dengan konsep *people-centered organization*, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: Pengaruh Iklim Komunikasi Terhadap Implementasi *People-Centered Organization* di PT. ATAP Promotions.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, PT. ATAP Promotions merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *brand consultant* dan *creative agency* dengan spesialisasinya di beberapa bidang, membuat cukup banyak klien ternama yang menggunakan jasanya untuk keperluan terutama yang membutuhkan ide kreatif sesuai dengan spesialisasi PT. ATAP Promotions. Dalam proses kerjanya, tentu saja terdapat iklim komunikasi yang sesuai dengan kepribadian karyawan disana. Komunikasi saat diskusi santai maupun serius seperti saat rapat cenderung santai, yang membuat suasana di tempat kerja menjadi santai.

Konsep *people-centered organization* dapat memberikan keuntungan karyawan maupun perusahaan, dimana karyawan akan merasa dianggap penting dan dihargai yang berdampak pada hasil kinerja karyawan yang positif. Iklim komunikasi antar karyawan tentunya menumbuhkan persepsi tersendiri yang berpengaruh pada kinerja karyawan yang dapat membangun budaya organisasi *people-centered organization* di PT. ATAP Promotions. Berdasarkan hal tersebut, penulis menentukan identifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana iklim komunikasi di PT. ATAP Promotions?
2. Bagaimana implementasi *people-centered organization* di PT. ATAP Promotions?
3. Bagaimana pengaruh iklim komunikasi terhadap implementasi *people-centered organization* di PT. ATAP Promotions?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis iklim komunikasi di PT. ATAP Promotions
2. Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi *people-centered organization* di PT. ATAP Promotions
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh iklim komunikasi terhadap implementasi *people-centered organization* di PT. ATAP Promotions

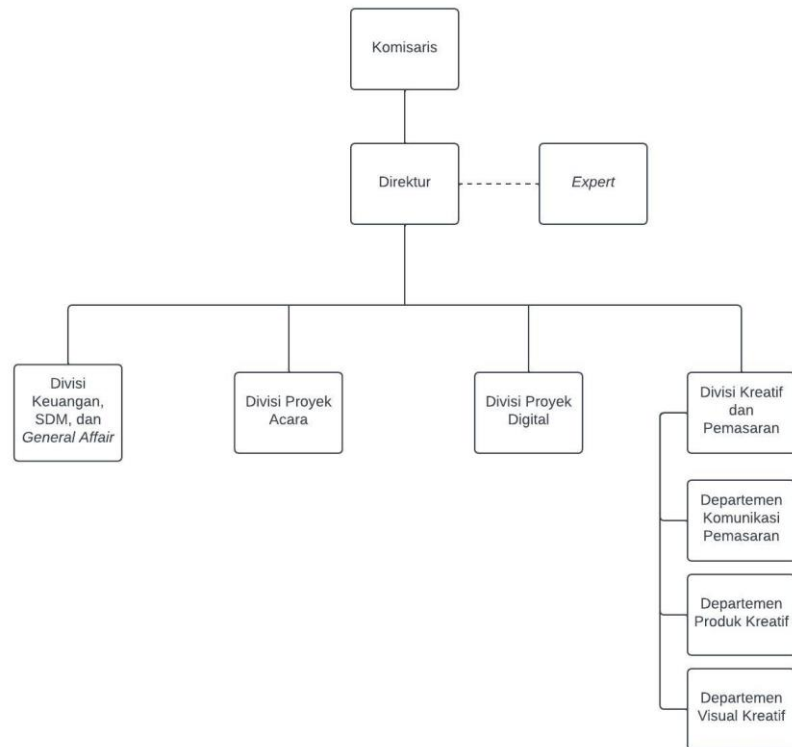
1.4 Objek Penelitian



Gambar 1.1 Logo PT. ATAP Promotions

Sumber: Dokumentasi perusahaan

PT. ATAP Promotions adalah perusahaan yang bergerak di bidang *brand consultant* dan *creative agency*, didirikan pada tahun 2004 di Kota Bandung dan dalam perkembangannya bertransformasi menjadi Perseroan Terbatas. Seiring berjalannya waktu, pada tahun 2014 PT. ATAP Promotions melebarkan sayap bisnisnya dengan menjadi pengelola event skala perusahaan dan masuk ke ranah dunia digital hingga saat ini. Nama ATAP sendiri merupakan singkatan dari A Trust And Passion. Spesialisasi dari PT. ATAP Promotions yaitu berkaitan dengan *brand communication services*, *hospitality services*, dan *production service*. Visi dan Misi dari PT. ATAP Promotions yaitu Visi untuk menjadikan perusahaan yang dikenal karena memiliki produk dan hasil kerja yang unik dan misi memberikan inovasi tanpa batas, standar dan kualitas tinggi, melebihi harapan anda, profesional dan bermartabat. Kantor dari PT. ATAP Promotions berada di Jl. Reog No. 57, Turangga, Kota Bandung.



Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT. ATAP Promotions

Sumber: Data Perusahaan

Anggota organisasi dari PT. ATAP Promotions merupakan individu profesional yang memiliki keahlian di setiap bidangnya. PT. ATAP Promotions saat ini memiliki pegawai sebanyak 34 orang yang terbagi dalam beberapa bagian sebagai berikut:

1. Komisaris: 1 orang
2. Direktur: 1 orang
3. *Expert*: 4 orang
4. Sekretaris Komisaris dan Direktur: 1 pegawai
5. Divisi Keuangan, SDM, dan *General Affair*: 1 orang kepala divisi dan 5 orang karyawan
6. Divisi Proyek Acara: 1 orang kepala divisi dan 3 orang karyawan

7. Divisi Proyek Digital: 1 orang kepala divisi dan 5 orang karyawan
8. Divisi Kreatif dan Pemasaran: 1 orang kepala divisi
9. Departemen Komunikasi Pemasaran: 1 orang kepala departemen dan 2 orang karyawan
10. Departemen Produk Kreatif: 1 orang kepala departemen dan 1 orang karyawan
11. Departemen Visual Kreatif: 1 orang kepala departemen dan 3 orang karyawan

Dengan terbaginya pegawai dalam beberapa bagian, berikut adalah deskripsi singkat mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh pegawai dalam perusahaan:

1. Komisaris: Melakukan pengawasan dan penilaian terhadap direktur atas tanggung jawabnya dalam memimpin, mengelola dan mengatur perusahaan.
2. Direktur: Memimpin dan bertanggung jawab untuk mengelola dan mengatur perusahaan
3. *Expert*: Membantu perusahaan dengan memberikan saran yang relevan untuk meningkatkan kinerja, mencapai tujuan, dan memenuhi kebutuhan perusahaan.
4. Sekretaris komisaris dan direktur: Membantu komisaris dan direktur dalam melakukan aktivitas yang terkait dengan perusahaan
5. Divisi keuangan, SDM, dan *General Affair*: Bertanggung jawab dalam mengelola keuangan, SDM, dan *General Affair perusahaan*

6. Divisi proyek acara: Bertanggung jawab dalam mengelola dan mengatur acara yang dibuat oleh perusahaan berdasarkan permintaan klien
7. Divisi proyek digital: Bertanggung jawab dalam mengelola dan mengerjakan proyek yang berkaitan dengan teknologi digital
8. Divisi kreatif dan pemasaran: Bertanggung jawab dalam mengelola dan merencanakan strategi pemasaran dan membuat ide-ide kreatif berdasarkan kebutuhan perusahaan. Divisi ini memimpin tiga departemen
9. Departemen komunikasi pemasaran: Bertanggung jawab dalam mengelola pesan atau informasi yang akan disampaikan dalam pemasaran yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan
10. Departemen produk kreatif: Bertanggung jawab dalam merencanakan strategi dan membuat ide untuk menciptakan produk yang unik dan menarik
11. Departemen visual kreatif: Bertanggung jawab dalam merencanakan strategi dan membuat ide untuk menciptakan visual yang unik dan menarik untuk pemasaran



Gambar 1.3 Klien PT. ATAP Promotions

Sumber: Dokumentasi perusahaan

Latar belakang klien yang menggunakan jasa dari PT. ATAP Promotions cukup beragam, mulai dari instansi pemerintah, pemerintah daerah, BUMN dan BUMD, bank sentral, lembaga pendidikan, hingga perusahaan swasta yang bergerak di beberapa bidang.