

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kerusakan lingkungan hidup di Indonesia semakin terasa. Kondisi tersebut secara langsung mengancam kehidupan manusia, hal ini sejalan dengan meningkatnya kerusakan alam yang menimbulkan risiko bencana. Sebagian besar kerusakan lingkungan hidup disebabkan oleh ulah manusia. Perilaku hidup manusia yang lalai, egois serta tidak bertanggung jawab dalam mengeksploitasi lingkungannya dan sering mengabaikan kepentingan pelestarian lingkungan hidup. Moral yang buruk mengakibatkan kondisi lingkungan hidup semakin kritis dan akhirnya merugikan manusia itu sendiri. Permasalahan lingkungan hidup tidak dapat dipisahkan secara teknis semata, namun yang lebih penting adalah pemecahan yang dapat mengubah kesadaran akan pelestarian lingkungan.

Kesadaran akan pelestarian lingkungan sangat dibutuhkan untuk dapat mengubah keadaan saat ini sehingga pencemaran lingkungan hidup tidak semakin memburuk. Hal ini menandakan kesadaran lingkungan di masyarakat sangat penting karena lingkungan hidup yang sehat dan berkelanjutan adalah faktor kunci bagi kesejahteraan manusia dan semua makhluk hidup yang tinggal di bumi. Kesadaran lingkungan mengacu pada pemahaman dan kepedulian individu maupun masyarakat terhadap pentingnya menjaga alam, mengurangi dampak negatif aktivitas manusia terhadap lingkungan, dan mempromosikan keberlanjutan dalam

pengelolaan sumber daya alam. Dengan meningkatkan kesadaran lingkungan di masyarakat, kita dapat membangun masyarakat yang peduli terhadap lingkungan, menjaga alam, dan menciptakan masa depan yang berkelanjutan bagi semua makhluk hidup di bumi.

Tidak hanya kepada kesadaran individu masyarakat, namun kesadaran dalam suatu organisasi maupun perusahaan akan peduli lingkungan harus tetap ditanamkan. Seperti yang tertera dalam pasal 21 ayat (1) UU Perindustrian yang berbunyi “Perusahaan industri yang didirikan pada suatu tempat, wajib memperhatikan keseimbangan dan kelestarian sumber daya alam yang dipergunakan dalam proses industrinya serta pencegahan timbulnya kerusakan dan pencemaran terhadap lingkungan hidup akibat usaha dan proses industri yang dilakukan”.

Pelestarian lingkungan hidup dalam bidang industri adalah suatu pendekatan yang bertujuan untuk mengurangi dampak negatif aktivitas industri terhadap lingkungan. Hal ini melibatkan praktik-praktik yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan bertanggung jawab guna meminimalisir polusi, menghemat sumber daya alam, dan mendukung keberlanjutan ekosistem. Pelestarian lingkungan hidup dalam bidang industri berguna untuk dapat menjaga keberlanjutan lingkungan hidup dan menciptakan masa depan yang lebih hijau serta menerapkan praktik-praktik berkelanjutan contohnya adalah seperti pengelolaan limbah dengan bijaksana, efisiensi energi, konservasi air, pengelolaan sumber daya alam, penggunaan bahan ramah lingkungan, pengembangan produk ramah

lingkungan, pendidikan dan kesadaran, serta kerjasama dengan pemerintah dan masyarakat.

Salah satu contoh untuk mengurangi pencemaran lingkungan dalam bidang industri adalah beralih pada energi tidak terbarukan menjadi energi baru terbarukan. Peralihan energi dari sumber energi tidak terbarukan ke energi terbarukan adalah suatu proses yang penting dalam upaya mengurangi dampak negatif perubahan iklim dan memastikan pasokan energi yang berkelanjutan untuk masa depan. Energi tidak terbarukan, seperti minyak bumi, gas alam, dan batu bara, merupakan sumber daya alam yang terbatas dan menghasilkan emisi gas rumah kaca yang menyebabkan pemanasan global. Sebaliknya, energi baru terbarukan, seperti matahari, angin, air, dan biomassa, bersifat tidak terbatas dan memiliki dampak lingkungan yang lebih rendah.

Peralihan energi dari sumber tidak terbarukan ke energi terbarukan memerlukan kerjasama antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Dengan adanya upaya bersama ini, peralihan tersebut dapat terjadi secara efisien, membantu melindungi lingkungan, dan menjaga keberlanjutan pasokan energi di masa depan.

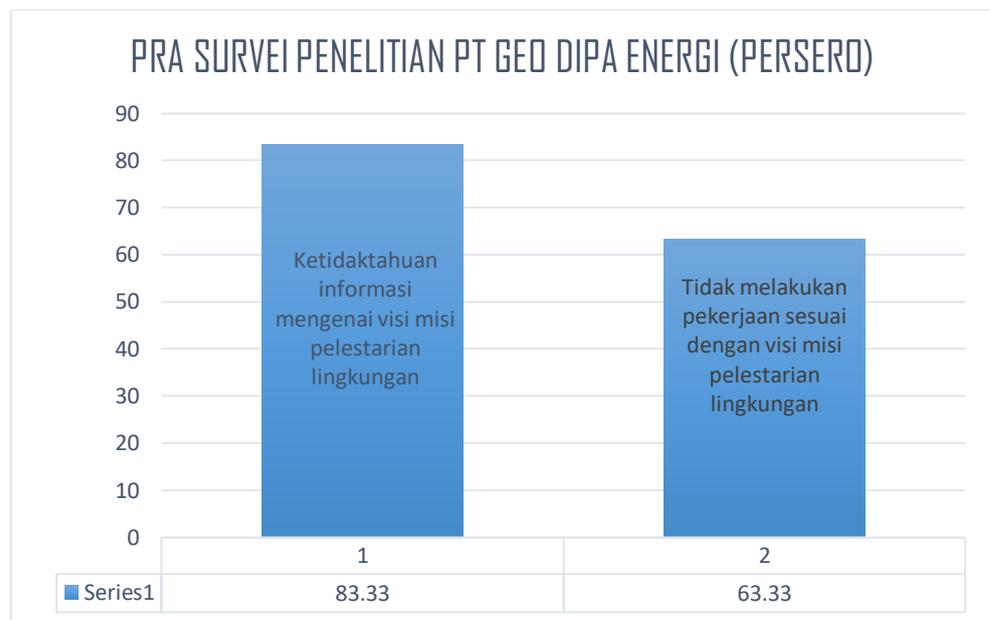
Salah satu peran pemerintah untuk menjaga kelestarian alam adalah dengan mendirikan perusahaan baru terbarukan yang bergerak pada bidang geothermal. Meskipun terdengar asing, namun geothermal atau yang dikenal dengan energi panas bumi adalah suatu energi yang dihasilkan dari

panas yang ada di dalam bumi. Panas ini berasal dari peluruhan radioaktif unsur-unsur di dalam kerak bumi dan dari panas yang berasal dari pembentukan planet bumi. Energi panas bumi dapat diekstraksi dan dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, termasuk pembangkit listrik, pemanasan rumah, serta aplikasi industri dan pertanian.

Pembangkit listrik tenaga panas bumi dimanfaatkan oleh PT Geo Dipa Energi (Persero) sebagai salah satu bisnisnya. Kemunculan PT. Geo Dipa Energi (Persero) yang dikenal sebagai *renewable energy company* bertujuan untuk menjadi perusahaan solusi maupun alternatif dari habisnya energi tak terbarukan dan juga menjaga kelestarian bumi dari efek eksplorasi energi tak terbarukan.

Kesuksesan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya tentu memiliki banyak faktor maupun strategi seperti, komunikasi eksternal dan internal yang dilakukan. Berdasarkan pada penelitian dari Chong (2007), terdapat pertimbangan dimana fokus keberhasilan terletak pada komunikasi eksternal yang mampu membangun *corporate image* sebagai pembeda dengan kompetitor serta komunikasi internal dianggap mampu membuat sebuah organisasi lebih kuat sehingga pencapaian dari *Brand Promise*-nya menjadi lebih kuat. Dalam hal ini performa dari organisasi harus dibangun tidak hanya dari segi eksternal namun juga internal, karena karyawan akan termotivasi ketika mereka paham akan nilai-nilai perusahaan yang nantinya akan terbentuk tempat kerja yang menyenangkan dan hubungan yang kuat antara citra dan karyawannya. Chitrao (2014) mengemukakan,

“Communication within any organization is crucial for its smooth functioning. It is the tool with which people strive to attain organizational goals and objectives and ultimately the common core goal of profit and progress”.



Gambar 1.1 Pra-survei penelitian PT Geo Dipa Energi (Persero)

Dari pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui kuesioner pada 30 karyawan PT. Geo Dipa Energi (Persero) menunjukkan bahwa ketidaktahuan maupun paparan informasi yang kurang merata membuat banyak karyawan tidak memiliki pengetahuan mengenai tujuan dari organisasi. Sebanyak lebih dari 50% karyawan tidak mengetahui informasi visi misi mengenai pelestarian lingkungan, secara otomatis hal ini menyebabkan asumsi bagaimana pekerjaan karyawan apabila karyawan tidak mengetahui informasi mengenai pelestarian lingkungan tersebut.

Sedangkan untuk mencapai tujuan bersama ini, perusahaan harus memperhatikan bagian internalnya, dimana karyawan menjadi aset perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab ini. Morsi (2016) mengemukakan bahwa kesuksesan sebuah organisasi ketika karyawan mengetahui nilai-nilai perusahaan. Penciptaan kesatuan identitas terpadu dengan meningkatkan wawasan dari masing-masing karyawan bahwa mereka memiliki organisasinya, mengerti tujuan perusahaan dan tidak terjadi kesalahpahaman komunikasi antar karyawan. Untuk itu, diharuskan bagi setiap anggota organisasi untuk mengenal dan memahami visi dan misi, sehingga kerja mereka mempunyai arah yang jelas dan bisa terkendali mencapai tujuan atau sasaran dengan lebih efektif dan efisien.

Namun pada kondisi saat ini, visi misi yang ada di PT Geo Dipa Energi (Persero) sepertinya belum tersampaikan dengan baik, terlihat dari data survei pra penelitian yang telah dilakukan. Dengan melihat kurangnya pengetahuan dan paparan informasi yang tidak merata yang diperoleh karyawan untuk melakukan pekerjaannya, hal ini menjadi bahan penelitian bagi peneliti karena seharusnya setiap karyawan memahami dan mengerti apa yang menjadi tujuan dari perusahaan dimana mereka bekerja sehingga tidak melenceng dari visi misi perusahaan.

1.2 Perumusan Masalah

Keberhasilan komunikasi menurut Pidarto (1988: 242) ialah, apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator berkualitas sehingga komunikan

dapat menerima pesan dengan baik guna menyelesaikan tujuan organisasi dan individu baik dalam jangka panjang maupun pendek.

Faktor keberhasilan dalam komunikasi organisasi bukan hanya melibatkan komunikan dan komunikator saja, namun juga pertukaran informasi di dalam organisasi itu sendiri. Baik itu dari media yang digunakan maupun kualitas informasi yang diberikan.

Handoko (2002:32) berpendapat bahwa komunikasi merupakan alat manajemen yang dirancang sehingga organisasi dapat mencapai tujuannya, karena komunikasi merupakan salah satu elemen pengaruh terhadap hasil yang akan dicapai suatu organisasi. Komunikasi merupakan rangkaian proses dalam mengirim dan menerima berita di antara pihak yang saling berhubungan untuk dapat saling memahami atau dengan kata lain komunikasi merupakan proses pemindahan informasi ataupun gagasan yang dilakukan dari seseorang kepada orang lain (Handoko, 2002: 30).

Dalam PT Geo Dipa Energi (Persero), suatu komunikasi harus dilakukan untuk mencapai tujuan sebagai perusahaan energi baru terbarukan atau *renewable energy company*. Sehingga apabila ingin mencapai tujuan bersama maka komunikasi atau pertukaran informasi haruslah dilakukan dengan baik sehingga koordinasi dalam organisasi dapat berjalan lebih lancar.

Oleh sebab itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengalaman komunikasi internal karyawan yang berjalan pada PT Geo Dipa

Energi (Persero), yang mana penelitian ini berupaya untuk menjawab pertanyaan “Bagaimana komunikasi internal atau pertukaran informasi yang terjadi pada PT Geo Dipa Energi (Persero) yang berkaitan dengan persoalan pelestarian lingkungan hidup?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk dapat mengetahui pola komunikasi dalam pertukaran informasi yang berkaitan dengan persoalan pelestarian lingkungan hidup dalam PT Geo Dipa Energi (Persero).

1.4 Signifikansi Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan yang berguna bagi :

1.4.1 Signifikansi Praktis

Peneliti dapat memperdalam pengetahuannya di bidang komunikasi organisasi sehingga peneliti dapat mengimplementasikan teori yang didapat dan hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai alternatif masukan terhadap PT Geo Dipa Energi (Persero) dalam pemahaman karyawan akan visi misi perusahaan.

1.4.2 Signifikansi Akademis

Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi di bidang ilmiah pada Komunikasi Internal PT. Geo Dipa Energi (Persero) Dalam Implementasi Visi Misi

Mengenai Pelestarian Lingkungan, serta dapat dipergunakan sebagai bahan referensi untuk pembuatan penelitian terkait atau dalam penelitian lainnya yang sedang dikembagkan.

1.4.3 Signifikansi Sosial

Untuk diketahui masyarakat atau pihak terkait atau sebagai bahan referensi, misalnya membantu para mahasiswa dalam penelitiannya dan memberikan tambahan wawasan terhadap masyarakat.

1.5 Kerangka Pemikiran Teoritis

1.5.1 State Of The Art

Penyusunan skripsi ini mengambil beberapa referensi dari penelitian sebelumnya seperti jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

1. Penelitian ini merupakan penelitian tahun 2021 oleh Fransiska Oki Riang Setyana dan Akhmad Edhy Aruman. Penelitian yang berjudul Peran Komunikasi Internal Dalam Pencapaian Visi dan Penanaman Nilai Perusahaan Crediton Group Indonesia bertujuan untuk mengetahui peran komunikasi dalam pencapaian visi dan penanaman nilai dari perusahaan CreditOn Group Indonesia. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigm konstruktivisme dengan teori komunikasi organisasi dan komunikasi internal. Hasil dari penelitian adalah kurangnya kemaksimalan dalam penggunaan *channel*

komunikasi, penyampaian pesan yang kurang merata dan waktu penyampaian pesan mengenai visi dan nilai yang kurang tepat.

2. Penelitian yang berjudul Pengaruh Komunikasi Internal Dalam Membangun Budaya Organisasi oleh Nur Annisa dan Ninuk Purnaningsih pada 2018 bertujuan untuk menganalisis pengaruh komunikasi internal dalam membangun budaya organisasi khususnya pada budaya yang berorientasi pada hasil dan tim. Penelitian menggunakan metode kuantitatif oleh 30 responden dengan dukungan data kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang diberikan oleh komunikasi internal dalam membangun budaya organisasi yaitu *leadership*.
3. Penelitian dilakukan oleh Husen Hutagalung, Dedi Purwana, Usep Suhud dan Hamidah Hamidah pada 2021 dengan judul Analisis Kualitatif Fenomenologi Interpretatif pada Kemandirian Masyarakat Desa Wisata di Yogyakarta, Indonesia bertujuan untuk menggali makna kemandirian masyarakat desa wisata karena merupakan salah satu indikator utama kemajuan desa wisata berbasis masyarakat. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif dengan Interpretative Phenomenological Analysis (IPA) untuk menyelidiki makna pengalaman masyarakat, dari aktivitas inter-subyektif dalam proses hermeneutik ganda antara peneliti dan orang yang mengalaminya. Kajian ini menunjukkan makna kemandirian

masyarakat dalam hal: (1) kemandirian masyarakat; (2) integritas; (3) komitmen masyarakat; (4) ketahanan masyarakat; (5) keberlanjutan. Penelitian ini terbatas pada penduduk desa wisata Pentingsari di Yogyakarta, Indonesia. Desa ini bertumpu pada kesederhanaan dan alam, serta kemandirian masyarakat, sehingga menjadi contoh desa wisata mandiri di Indonesia.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu seperti yang sudah disebutkan di atas adalah tidak adanya penelitian yang menggali informasi lebih dalam mengenai pertukaran informasi tentang visi misi perusahaan. Penelitian ini secara khusus akan membahas mengenai pengetahuan karyawan mengenai visi misi dan bagaimana mereka bertukar informasi mengenai visi misi perusahaan dalam lingkungan pekerjaan mereka. Mereka akan menceritakan pengalaman mereka mengenai komunikasi yang terjadi dalam perusahaan, dan bagaimana mereka mengelola informasi tersebut untuk dijadikan bahan pertukaran informasi kepada sesama karyawan yang bekerja pada PT Geo Dipa Energi (Persero).

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan pendekatan fenomenologi pertukaran informasi visi misi mengenai pelestarian lingkungan dengan tujuan untuk mengungkapkan bagaimana pengalaman, perasaan dan makna yang mereka miliki akan aktivitas komunikasi yang terjadi dalam perusahaan terutama

dalam pertukaran informasi tentang visi misi perusahaan mengenai pelestarian lingkungan.

1.5.2 Paradigma

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif. Paradigma merupakan gabungan dari beberapa asumsi yang memfokuskan kepada cara berasumsi dan penelitian (Bogdan & Biklen dalam Moleong, 2016).

Paradigma interpretif memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik, tidak terpisah-pisah satu dengan lainnya, kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan antar-gejala bersifat timbal balik (*reciprocal*), bukan kausalitas. Paradigma interpretif memandang manusia sebagai makhluk yang sadar akan pilihannya dan bersifat intensional dalam berperilaku.

Atas dasar pandangan tersebut, seluruh tindakan yang dilakukan bukanlah suatu yang otomatis atau tiba-tiba terjadi, namun suatu pilihan yang terdapat interpretasi dan pemaknaan. Oleh karena itu, setiap perilaku yang manusia lakukan didasari oleh kesadaran yang terdapat pada alam bawah sadar manusia.

Dalam penelitian ini, paradigma interpretif digunakan peneliti untuk membantu memahami interaksi antar karyawan dalam PT Geo Dipa Energi (Persero) dalam bertukar informasi visi mengenai pelestarian lingkungan.

1.5.3 Teori Koorientasi Organisasi

Melalui teori koorientasi organisasi (*Coorientation Theory of Organization*), Taylor menjelaskan bahwa suatu organisasi dibangun oleh sebuah komunikasi. Menurut Littlejohn dan Foss (2008) meski gagasan Taylor banyak dipengaruhi oleh pemikiran sosiokultural dan fenomenologi namun kerangka pikir ini termasuk dalam sibernertika karena teori koorientasi organisasi merupakan perluasan dari teori yang dikemukakan oleh Karl Weick.

“Two people interact around a particular focus of concern” yang berarti dua orang berinteraksi di sekitar fokus perhatian tertentu. Taylor menyebut koorientasi sebagai suatu proses bahwa interaksi dua orang memberikan perhatian pada suatu objek yang sama baik itu pada suatu topik, isu, perhatian, situasi, ide, tujuan, orang maupun kelompok. Atau dengan kata lainnya, teori koorientasi organisasi menjelaskan bagaimana organisasi terbentuk melalui komunikasi dua orang atau lebih dalam suatu topik yang sama.

Pada umumnya sebuah komunikasi merupakan suatu proses untuk mendapatkan timbal balik (*feedback*) untuk mencapai tujuan bersama meskipun terkadang timbal balik yang didapat merupakan sebuah pertentangan. Apabila dalam komunikasi organisasi terdapat pertentangan maka, sebuah organisasi harus melakukan tiga hal untuk membangun makna yang utuh seperti;

- a. Kesepakatan mengenai fakta harus tercapai antara komunikator dan komunikan untuk dihadapi bersama
- b. Kesepakatan mengenai siapa yang melakukan sesuatu terkait fakta yang harus dihadapi antara komunikator dengan komunikan
- c. Konteks harus dibangun sehingga interaksi yang intensif dapat dilakukan.

Hal tersebut harus dilakukan dalam setiap pelaksanaan triad A-B-X (A merupakan orang pertama, B merupakan orang kedua dan X merupakan sesuatu yang menjadi objek dari sebuah interaksi) pada sebuah organisasi. Dengan demikian, organisasi dibangun melalui proses perluasan (*scaling up*) dengan serangkaian interaksi dan apabila komunikasi berhasil, maka suatu koorientasi positif akan tercapai dan tujuan organisasi mudah digapai.

Taylor mengemukakan bahwa organisasi tidak bersifat tetap, tetapi terus menerus mengalami reproduksi atau penciptaan kembali melalui interaksi yang terjadi pada setiap tingkatan/divisi. Interaksi pada manajerial merupakan salah satu tipe dari banyak tipe interaksi lainnya, dan seluruh interaksi memberikan kontribusinya kepada organisasi. Level makro dan mikro sama-sama memiliki arti penting dan saling mempengaruhi satu sama lain sehingga kita tidak dapat memisahkan struktur keseluruhan organisasi dengan interaksi sehari-hari yang disebut Taylor dengan percakapan (*conversation*).

Menurut Taylor organisasi merupakan proses komunikasi yang berputar secara kontinu seperti suatu siklus dimana interaksi dan interpretasi saling berpengaruh. Dengan kata lain, interaksi mengarah pada makna bersama yang akan mempengaruhi pada interaksi selanjutnya.

Percakapan dan Teks

Percakapan (interaksi) adalah perilaku komunikator terhadap komunikan baik secara verbal maupun non-verbal sedangkan teks merupakan apa yang dikatakan/diucapkan yaitu isi atau ide yang melekat pada bahasa yang digunakan. Perilaku memiliki makna tertentu yang didalamnya terdapat isi pesan, tujuan dan efek. Sehingga ketika kita fokus pada perilaku interaksi maka kita akan fokus pada percakapan, namun ketika kita terhadap isi pesan maka kita dikatakan fokus pada teks. Bahasa teks memberikan struktur kata dan tata bahasa yang memungkinkan kita untuk menginterpretasikan makna perkataan maupun tulisan.

Teks dan percakapan saling berkaitan, karena percakapan membutuhkan teks dan teks merupakan bagian dalam percakapan. Percakapan dapat dipahami melalui teks. Taylor menyebut proses tersebut sebagai terjemahan ganda (*double translation*).

a. Terjemahan pertama

Pada terjemahan pertama sebuah teks atau percakapan memengaruhi anggota organisasi saat terjadi interaksi di suatu organisasi. Karena pada tahap ini anggota organisasi mengubah dari teks ke percakapan atau dari makna ke ungkapan ekspresi, hal ini biasa terjadi pada cara bagaimana kebijakan, prosedur, peran dan norma memengaruhi sifat interaksi dalam organisasi.

b. Terjemahan kedua

Pada terjemahan kedua, kita mengubah percakapan ke teks maksudnya adalah ketika kita memberikan suatu makna kepada teks. Proses untuk mendapatkan pertanyaan dari sebuah teks disebut dengan terjemahan kedua.

Littlejohn dan Foss (2008) memberikan contoh bahwa seorang pemadam yang melakukan serangkaian tugas, secara otomatis akan melakukan percakapan dimana mereka harus saling berkoordinasi untuk tujuan yang diinginkan. Baik teks secara lisan dan tulisan menunjukkan persepsi anggota kepada organisasi secara simbolis. Suatu percakapan juga dapat memahami struktur dan fungsi organisasi, karena pada sebuah teks dapat menggambarkan aspek-aspek tertentu secara formal maupun nonformal kepada anggota organisasi, dan aspek tersebut dapat memberikan arahan mengenai batasan, aktivitas dan masing-masing peran.

Teori Koorientasi Organisasi mengemukakan bahwa apabila terjadi komunikasi maka suatu pola komunikasi dan hubungan di antara mereka terlihat dari struktur permukaan dan struktur dalam. Dua tahapan ini digunakan untuk mengarahkan komunikasi untuk membentuk suatu pengaruh sehingga terbentuk perilaku dari sebuah informasi yang diperoleh. Sehingga, untuk mengetahui bagaimana komunikasi tersebut berjalan maka, digunakan dua tahapan yaitu;

1. Struktur Permukaan (*Surface Structure*)

Struktur permukaan organisasi merupakan aktivitas sehari-hari anggota organisasi. Aktivitas tersebut adalah interaksi yang saling berhubungan atau bukanlah sebuah kebetulan.

2. Struktur Dalam (*Deep Structure*)

Struktur dalam diibaratkan sebagai *grammar* atau tata bahasa untuk mengatur secara struktural dalam karakter organisasi dan mengarahkan tindakan suatu organisasi.

Teori Koorientasi Organisasi digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan bagaimana komunikasi atau pertukaran informasi yang dilakukan antara karyawan pada PT Geo Dipa Energi (Persero) yang berkaitan dengan persoalan pelestarian lingkungan hidup. Dengan menggunakan teori ini, komunikasi internal yang terjadi di suatu perusahaan baik secara lisan ataupun tulisan memiliki interpretasi/penafsiran masing-masing oleh komunikan dan komunikator meski memiliki perhatian pada objek yang sama.

1.6 Operasionalisasi Konsep

Pada teori koorientasi organisasi, Taylor mengungkapkan bahwa organisasi merupakan proses komunikasi yang berputar secara kontinu seperti suatu siklus dimana interaksi dan interpretasi saling berpengaruh. Pertukaran informasi yang dilakukan oleh karyawan dalam PT Geo Dipa Energi (Persero) salah satunya adalah mengenai persoalan lingkungan hidup.

Pentingnya menjaga kelestarian lingkungan hidup yang dilakukan oleh PT Geo Dipa Energi (Persero) bertujuan untuk dapat menumbuhkan kesadaran diantara karyawan bahwa menjaga kelestarian lingkungan di dalam setiap melakukan pekerjaan dapat mempengaruhi keberlangsungan usaha perusahaan PT Geodipa Energi (Persero) di bidang panas bumi. Sesuai dengan prinsip kerja panas bumi yaitu *renewable energy* maka, cara kerja perusahaan harus menjadi cerminan dari prinsip perusahaan itu sendiri.

Implementasi tersebut harus dilakukan oleh setiap divisi di PT GDE dalam melakukan pekerjaan sesuai dengan prinsip K3LL (Kebijakan Kesehatan, Keselamatan Kerja dan Lindungan Lingkungan) dan perundang-undangan yang berlaku dalam izin pengusahaan panas bumi yang mana akan diawasi dan dikoordinir oleh divisi HSE (*Health, Safety and Environment*) di PT Geo Dipa Energi (Persero), gambaran pentingnya kelestarian lingkungan hidup bagi PT Geo Dipa Energi (Persero) ditunjukkan melalui website dari PT Geo Dipa Energi (Persero) pada isi dari

Prosedur CoC (*Code of Conduct*) yang salah satunya menunjukkan panduan perilaku karyawan dalam pelestarian lingkungan.

Bersama dengan CoC yang memandu setiap karyawan untuk tetap memperhatikan kinerjanya, terdapat pula rencana-rencana untuk dapat mencapai tujuan tersebut, yaitu,

1. Melakukan efisiensi energi
2. Melakukan penurunan emisi
3. Melakukan pengurangan dan pemanfaatan limbah
4. Melakukan program efisiensi air
5. Memiliki program penurunan beban pencemar air
6. Melindungi keanekaragaman hayati

Dalam penelitian ini, pertukaran informasi mengenai pelestarian lingkungan atau persoalan lingkungan hidup menjadi sangat penting saat hal tersebut merupakan suatu visi misi atau tujuan dari suatu organisasi.

1.7 Metode Penelitian

1.7.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif. Sementara itu, pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi menurut *Littlejohn* dalam *Theories of Human Communication* menjelaskan bahwa pendekatan fenomenologi merupakan pendekatan yang memahami suatu objek maupun peristiwa dengan mengalami sendiri secara sadar. Dengan kata lain fenomenologi digunakan untuk mengetahui permasalahan atau suatu

fenomena yang terjadi dari sudut pandang seseorang yang mengalami secara langsung maupun yang berhubungan dengan sifat alami pengalaman manusia dan makna yang melekat padanya.

1.7.2 Subjek Penelitian

Subjek dari penelitian ini merupakan karyawan yang bekerja pada PT Geo Dipa Energi (Persero) Unit Dieng. Subjek penelitian ini diambil dari sampel beberapa divisi yang terdapat pada perusahaan baik itu divisi lapangan maupun divisi yang bekerja dalam kantor.

1.7.3 Jenis Dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yang diperoleh peneliti dengan melakukan penelitian secara langsung ke lokasi penelitian. Sumber primer merupakan data yang didapatkan oleh pengumpul data secara langsung dengan cara diberikan narasumber. Data Primer diperoleh dari hasil wawancara kepada karyawan PT. Geo Dipa Energi (Persero). Wawancara dan observasi dilakukan pada sejumlah karyawan pada PT Geo Dipa Energi (Persero) sebagai narasumber atau informan. Hasil wawancara yang akan diperhitungkan dalam penelitian ini adalah hasil dari wawancara mengenai implementasi visi misi mengenai pelestarian lingkungan yang mengarah pada wawancara

mengenai pengalaman interaksi kepada sesama karyawan PT Geo Dipa Energi yang berkaitan dengan persoalan lingkungan hidup.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah pengumpulan data maupun informasi yang didapatkan melalui catatan tertulis yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder peneliti diperoleh melalui sumber yang tidak langsung melalui media perantara seperti buku, sosial media, website yang berhubungan dengan materi penelitian sebagai data pelengkap. Data sekunder juga didapatkan dari pengamatan penulis selama menjadi karyawan magang di PT Geo Dipa Energi (Persero).

1.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam. Hal ini berguna untuk mendapatkan informasi yang mendalam sehingga dapat mengerti interpretasi dari sebuah objek dalam memberikan arti pada fenomena yang terkait. Dengan menggunakan teknik ini, dapat diperoleh data yang lebih banyak sehingga pemaknaan objek mengenai fenomena terkait dapat diinterpretasikan dengan baik. Dari hasil sumber data tersebut, dipisahkan antara bagian yang penting dan tidak penting setelah itu dikelompokkan. Hubungan

antara data satu dan lainnya perlu dikonstruksikan untuk dapat menghasilkan suatu makna dan pola tertentu. Apabila tetap terdapat data yang diragukan, narasumber dapat diwawancarai kembali sebagai upaya kepastian data (Sugiyono, 2013).

1.7.5 Teknik Analisis Data

Analisis data (Creswell, 2014) merupakan suatu proses yang membutuhkan koreksi secara terus menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan analitis, serta menulis catatan kecil selama penelitian secara konstan. Pada analisis data kualitatif yang menggunakan pendekatan fenomenologi, melibatkan beberapa proses atau tahapan seperti; *bracketing*, *intuiting*, *analyzing*, dan *describing*.

1. *Bracketing* adalah proses untuk mengidentifikasi dan menghindari keyakinan atau pendapat yang sebelumnya mungkin pernah terbentuk mengenai fenomena yang sedang diteliti.
2. *Intuiting* merupakan tahapan yang terjadi pada saat peneliti bersikap terbuka terhadap makna yang berkaitan dengan fenomena yang dialami oleh responden sehingga pemahaman umum mengenai fenomena yang diteliti dapat dihasilkan.
3. *Analyzing* adalah proses yang melibatkan proses lain seperti, *coding*, kategorisasi dan memahami arti dari fenomena yang diteliti.

4. *Describing* merupakan tahap final seorang peneliti, karena pada tahap ini mereka memahami, mengerti dan dapat mendefinisikan fenomena yang akan diteliti atau dikaji. Hal ini bertujuan untuk dapat mengkomunikasikan dan memberikan perbandingan maupun deskripsi kritis dalam bentuk tertulis.

1.7.6 Kualitas Data

Untuk menetapkan keabsahan dari sebuah data dibutuhkan teknik pemeriksaan. Teknik pemeriksaan dilakukan berdasarkan beberapa jumlah kriteria tertentu seperti *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability*.

1. *Credibility* : seluruh informasi yang didapatkan melalui wawancara, observasi dan tinjauan pustaka harus memiliki kredibilitas, atau dengan kata lain informasi tersebut harus valid dan dapat dipertanggungjawabkan.
2. *Transferability* : suatu konsep validitas mengenai kesamaan konteks pada saat peneliti meneliti kejadian empiris.
3. *Dependability* : kriteria yang menunjuk pada sebuah teknik untuk memeriksa data dengan melakukan peninjauan dari seluruh aspek penelitian dengan menambahkan faktor lain yang berkaitan.
4. *Confirmability* : dalam kriteria ini, suatu data dikonfirmasi bahwa data tidak bersifat objektif atau tidak bergantung kepada

persetujuan subyek lain kepada sebuah pandangan, pendapat dan penemuan seseorang.