

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan salah satu kemampuan dasar yang dimiliki manusia sejak lahir. Komunikasi dapat digunakan manusia untuk menyampaikan suatu pesan, keinginan, hal yang disukai maupun yang tidak disukai kepada orang lain. Hal yang sama juga berlaku bagi sebuah organisasi/perusahaan, komunikasi adalah ujung tombak keberhasilan suatu organisasi/perusahaan dalam mencapai visi dan misinya.

Sekilas penjabaran teori tersebut sangat mudah dimengerti, namun tidak dengan pelaksanaannya pada level perusahaan. Pengelolaan komunikasi menjadi kebutuhan mutlak bagi perusahaan yang ingin terus mempertahankan eksistensinya, dengan cara meningkatkan efektivitas komunikasi dan kerja untuk mencapai visi dan misi pada sebuah perusahaan.

Alvin Toffler, seorang *futurist* dan penulis Amerika dalam bukunya (*The Third Wave*: 1980) membagi sejarah peradaban dunia dalam 3 (Tiga) gelombang, yaitu: era pertanian, era industri, era informasi dan era pengetahuan. Era yang paling berharga dari ketiga era tersebut adalah era informasi dan pengetahuan (*knowledge age*) yang berupa ide dan kreativitas, riset dan inovasi, serta para pekerja yang memiliki pengetahuan (*knowledge worker*).

Seiring dengan perkembangan zaman yang kian pesat, banyak perusahaan yang menuntut pekerjanya untuk terus bekerja sambil belajar, adapun belajar yang dimaksud adalah belajar dengan cepat, mudah, gembira, tanpa memandang waktu

dan tempat yang dikenal dengan organisasi belajar (*learning organization*). Dalam suatu organisasi, pengetahuan (*knowledge*) yang didapat oleh masing-masing pekerja melalui *learning organization* harus dibagikan kepada orang lain. Hal ini menyebabkan para pemimpin perusahaan mendirikan Manajemen Pengetahuan (*Knowledge Management/KM*).

*Knowledge management* adalah kemampuan suatu perusahaan secara keseluruhan untuk menciptakan pengetahuan baru, menyebarkan, dan membagikan ilmu yang didapat ke seluruh Departemen/Bagian, kemudian mewujudkannya ke dalam suatu program, budaya, sistem yang dikelola oleh individu-individu yang memiliki kinerja baik, wawasan luas, memiliki motivasi yang tinggi, loyal terhadap perusahaan dan selalu menciptakan inovasi-inovasi baru.

Ada banyak cara bagi suatu perusahaan dalam mengembangkan proses *transfer* pengetahuan kepada para pekerjanya, salah satu implementasi dari pengelolaan teknik *knowledge management* tersebut adalah: *transfer* pengetahuan (*sharing knowledge*). *Transfer* pengetahuan (*sharing knowledge*) adalah merupakan suatu cara/proses pengubahan pengetahuan yang tidak dapat ditransfer (*tacit knowledge*) menjadi pengetahuan yang mudah ditransfer (*explicit knowledge*) agar mudah diterima oleh orang lain. *Transfer* pengetahuan (*sharing knowledge*) tersebut dapat dilakukan dengan cara komunikasi tatap muka, ikut dalam forum pengetahuan, forum diskusi, *knowledge cafe*, *knowledge battle* dan sebagainya.

Banyak perusahaan besar di Indonesia yang telah menerapkan teknik *transfer* pengetahuan (*sharing knowledge*), diantaranya adalah: Astra