

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah suatu hal atau kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan makhluk hidup. Komunikasi dilakukan oleh manusia, hewan, dan makhluk hidup lainnya di muka bumi. Didalam melakukan komunikasi, ketiga makhluk hidup ini selalu melakukan komunikasi antar sesamanya. Manusia dalam kehidupannya, terbagi dalam 3 bentuk komunikasi yaitu komunikasi manusia dengan tuhan, manusia dengan manusia lainnya, dan manusia dengan alam sekitarnya. Manusia sebagai makhluk sosial sangat sulit melepaskan komunikasi didalam kehidupan sehari-hari. Hampir selalu kegiatan atau aktivitas manusia tidak lepas dengan proses komunikasi. Komunikasi yang dilakukan oleh manusia itu sendiri beragam, baik secara verbal (lisan) maupun non verbal (gerak).

Manusia membutuhkan komunikasi dalam kegiatan organisasi, hal itu diperlukan untuk menggerakkan roda organisasi untuk mencapai tujuannya. Komunikasi didalam organisasi digunakan untuk proses interaksi antar anggota organisasi dan menjalin kerjasama (*teamwork*) didalamnya agar menekankan segala kemungkinan kesalahpahaman antar anggota. Maka dengan alasan itu, organisasi/perusahaan harus memiliki suatu bidang/divisi didalamnya untuk membangun dan mengelola komunikasi didalam perusahaan, dan bidang/divisi itu adalah *public relations*.

Public Relations berfungsi untuk menjalin hubungan yang harmonis antara dua pihak atau lebih dalam membentuk dan mendukung kegiatan perusahaan. Pada prinsipnya *public relations* menekankan pada suatu upaya yang terencana dan berkesinambungan. Jadi *public relations* harus mampu menciptakan kegiatan yang dapat memberikan kontribusi yang besar bagi keberhasilan perusahaan melalui program-program yang telah direncanakan terlebih dahulu. Hal seperti itu dilakukan agar dapat tercipta dan terpeliharanya satu pengertian.

Ruang lingkungannya, *public relations* terbagi menjadi dua, yaitu *public relations* internal dan *public relations* eksternal. Eksternal *public relations* berfungsi sebagai penghubung perusahaan dengan pihak luar, meliputi media, komunitas, konsumen, pelanggan, dan lainnya. Sebaliknya, internal *public relations* berfungsi untuk menjalin hubungan dengan pihak dalam organisasi atau perusahaan. Ruang lingkup ini dibagi untuk mengatur proses komunikasi yang terjadi secara teratur. Internal *public relations* bertugas untuk membangun dan menjalin komunikasi antar sesama pihak dalam yaitu manajer, karyawan, dan pemegang saham.

Khalayak utama dari perusahaan atau instansi adalah karyawan/pegawai. Suatu perusahaan atau instansi tidak akan berfungsi baik tanpa adanya karyawan. Karyawan sebagai unsur utama dalam perusahaan yang memegang peranan penting sendiri dalam mencapai tujuan perusahaan. Kepentingan karyawan yang beragam menuntut humas perusahaan untuk menciptakan program bagi kepentingan karyawan tersebut agar tercapainya tujuan perusahaan. Humas di

haruskan mampu menciptakan program yang dapat meningkatkan motivasi dan efisiensi kerja karyawan.

Motivasi kerja yang kurang dari karyawan tidak akan mendukung sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan. Sikap seperti ini tidak akan menimbulkan suasana kerja yang baik, namun dapat menghambat tercapainya tujuan yang hendak dicapai perusahaan. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuannya erat kaitannya dengan keberhasilan karyawan dalam menjalankan tugasnya. Keberhasilan karyawan dalam menjalankan tugasnya tersebut dipengaruhi juga oleh sikap mental maupun moral kerja karyawan. Dengan kata lain pencapaian tujuan perusahaan tergantung dengan sikap mental dan moral kerja karyawan perusahaan itu sendiri.

Motivasi kerja karyawan yang positif tidak hanya berarti mampu dan terampil dalam melaksanakan tugas serta kewajiban yang dituntut perusahaan, melainkan harus mampu mengimbangi pula dengan hak-hak yang diberikan perusahaan kepada karyawan. Usaha-usaha untuk mendapatkan karyawan seperti itu diperlukan pembimbingan karyawan secara terus-menerus dalam proses peningkatan kecakapan, keahlian, pengetahuan, mental dan keterampilan karyawan sehingga produktivitas kerja karyawan dapat tercapai karena dengan perbaikan cara kerja secara menyeluruh. Hal-hal seperti pemborosan waktu, tenaga dan berbagai hal lainnya yang dapat menghambat kemajuan perusahaan dari karyawannya dapat dikurangi dengan semaksimal mungkin.

Koperasi Kredit Sejahtera merupakan suatu organisasi bersama mengenai keuangan, sosial, dan budaya yang berbasiskan nilai-nilai dan semangat koperasi. Definisi koperasi itu sendiri adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang bergabung secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, sosial dan budaya mereka yang sama, melalui perusahaan yang dimiliki bersama dan diawasi secara demokratis. Keberadaan Koperasi Kredit Sejahtera tidak terlepas dari peranan pegawai/karyawan yang berusaha secara bersama-sama untuk menciptakan citra positif Koperasi Kredit Sejahtera dimata masyarakat. Humas Koperasi Kredit Sejahtera pada dasarnya berfungsi menginformasikan, memberikan pelayanan secara baik sehingga diharapkan anggota koperasi KKS (Koperasi Kredit Sejahtera) merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan. Semua itu dapat terwujud apabila ada partisipasi dan dukungan dari para karyawannya. Pemberian dorongan kerja dari pihak manajemen harus senantiasa diperhatikan seperti dengan cara membentuk karyawan yang terampil, cakap, berwibawa serta hubungan yang harmonis antara individu atau satuan kerja sehingga karyawan dapat berkerja dengan penuh motivasi yang tinggi dalam melaksanakan tugasnya.

Berdasarkan hasil peninjauan yang dilakukan peneliti pada karyawan Koperasi Kredit Sejahtera, terdapat beberapa masalah yaitu:

1. Berkurangnya bentuk motivasi karyawan dalam melaksanakan tugas dan fungsinya didalam perusahaan sebagaimana mestinya. Contoh: Hal ini terlihat dari gairah atau semangat karyawan dalam melaksanakan tugas yang dijalankan.

2. Berkurangnya proses komunikasi yang dilakukan antar sesama karyawan didalam perusahaan. Contoh: Hal ini terlihat pada saat berkerja, masih banyak karyawan yang tidak melakukan interaksi antar sesamanya dan cenderung monoton pada saat bekerja.

Permasalahan diatas diduga disebabkan oleh adanya hal-hal sebagai berikut:

1. Kurangnya *reward & punishment* yang diberikan perusahaan pada karyawan sehingga hal ini berakibat pada kurangnya motivasi karyawan dalam bekerja. Contoh: Adanya penghargaan yang diberikan perusahaan kepada karyawan apabila hasil dari pekerjaannya yang memuaskan dan sebaliknya adanya hukuman atau sanksi yang diberikan kepada karyawan apabila karyawan itu tidak bekerja maksimal dan cenderung merugikan perusahaan.
2. Kurangnya wadah untuk proses komunikasi antar sesama karyawan. Contoh: Adanya suatu kegiatan/*event* yang dibuat untuk karyawan agar terciptanya interaksi antar sesama dan membangun rasa kerjasama antar karyawan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Koperasi Kredit Sejahtera untuk mengangkat permasalahan lebih lanjut dalam pembuatan skripsi dengan judul **“FUNGSI HUMAS INTERNAL DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA KARYAWAN DI KOPERASI KREDIT SEJAHTERA”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka peneliti mengidentifikasi penelitiannya sebagai berikut:

1. Bagaimana fungsi humas internal (mendukung kegiatan) dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan?
2. Hambatan-hambatan apa saja pada pelaksanaan humas internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Koperasi Kredit Sejahtera (KKS)?
3. Bagaimana usaha yang dilakukan humas internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Koperasi Kredit Sejahtera (KKS)?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai salah satu syarat ujian sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Humas adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fungsi humas internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan di Koperasi Kredit Sejahtera (KKS)
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan humas internal dalam meningkatkan motivasi kerja di Koperasi Kredit Sejahtera (KKS)
3. Untuk mengetahui usaha yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan pada pelaksanaan humas internal dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai di Koperasi Kredit Sejahtera (KKS)

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan tema penelitian, maka kegunaan penelitian ini dibagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis. Kegunaan tersebut yaitu:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

- a. Pengembangan ilmu komunikasi mengenai bidang kajian humas.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dalam bidang humas terutama dalam hal humas internal

1.4.2 Kegunaan Praktis

- a. Diharapkan dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian humas.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi Koperasi Kredit Sejahtera (KKS) dalam melaksanakan humas internal dalam meningkatkan motivasi kerja karyawan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Model dan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R yang dikemukakan oleh **Hovland, Jannis, Kelly** dikutip **Effendy** dalam buku **Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi**. Teori S-O-R adalah singkatan dari *Stimulus*

(pesan) – *Organism* (komunikasikan) – *Respond* (efek). Model dan teori komunikasi ini menjelaskan tentang proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap, yaitu aspek “*how*” bukan “*what*” maupun “*why*”. Jelasnya adalah *how to communicate* (bagaimana berkomunikasi), dalam hal ini *how to change the attitude* (bagaimana mengubah sikap komunikasikan).

Kegiatan *public relations* memiliki tujuan untuk menciptakan hubungan kerja yang baik antara atasan dengan karyawannya, sehingga dalam perusahaan tercipta hubungan yang harmonis dan meningkatkan motivasi bagi semua karyawan yang ada di Koperasi Kredit Sejahtera.

Di dalam tujuan PR disebutkan untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain yakni publik (umum dan masyarakat) dan untuk menciptakan, membina, memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Apapun sifat organisasinya di dalamnya terdapat kesamaan dalam publik internal yakni para karyawan sebagai daya penggerak proses manajemen.

Adapun fungsi *public relations* adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh *public relations* sesuai dengan kedudukannya sebagai seorang *public relations* dikatakan berfungsi apabila ia mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.

Broom (Effendy), dalam bukunya “*Human Relations and Public Relations*”, menyatakan bahwa:

Public Relations adalah fungsi manajemen yang sikap publik mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program atau kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik. (1993:16)

Definisi diatas menunjukkan bahwa ruang lingkup public relations dibagi menjadi 2 bagian, eksternal *public relations* yang memiliki tugas yang berhubungan atau menyangkut urusan ekstern suatu organisasi atau perusahaan, sedangkan internal *public relations* memiliki tugas mengenai urusan intern suatu organisasi atau perusahaan.

Internal *public relations* merupakan sautu bagian dari *public relations* yang berfungsi merencanakan, mengendalikan dan mengembangkan sistem komunikasi internal perusahaan dan kegiatan protokoler untuk membangun serta mengembangkan citra positif perusahaan di lingkungan internal dan menyelenggarakan kegiatan administasi, keuangan dan dukungan untuk bagian komunikasi korporat. Menurut **Effendy**, dalam bukunya *Human Relations* dan *Public Relations*, menerangkan bahwa:

a. Komunikasi Vertikal

Komunikasi vertikal adalah komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas adalah komunikasi dari pimpinan ke bawahan dan dari bawahan ke pimpinan secara timbal balik. Dalam proses komunikasi vertikal pimpinan atau manager memberikan instruksi, petunjuk, pengarahan, dan lain sebagainya kepada bawahanya. Selanjutnya bawahan memberikan laporan, gagasan, saran, dan sebagainya kepada pimpinan.

Komunikasi dua arah secara timbal balik dalam manajemen penting sekali. Jika hanya satu arah saja dari pimpinan ke bawahan, proses manajemen besar kemungkinan tidak berjalan sesuai yang diharapkan. Pimpinan perlu mengetahui laporan, tanggapan, gagasan, atau saran dari para pegawai bawahan sebagai petunjuk efektif tidaknya dan efisien tidaknya kebijaksanaan yang telah dilakukan.

b. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horisontal adalah komunikasi secara mendatar, misalnya antara anggota staf dengan anggota staf. Berbeda dengan komunikasi vertikal yang sifatnya lebih formal, maka komunikasi horisontal seringkali berlangsung dalam suasana tidak formal.

c. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal dinamakan komunikasi silang (*cross communication*) adalah komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan orang lain yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan bagian.

Menurut **Herzberg** dalam bukunya *Komunikasi Bisnis dan Profesional* adalah sebagai berikut:

Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerjasama, bekerja efektif dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan. (1968:50)

Definisi motivasi diatas dapat diketahui bahwa dalam upaya memotivasi karyawan dibutuhkan suatu daya penggerak yang tidak hanya bersifat material,

tapi juga bersifat non material yang didalamnya terdapat faktor yang perlu dipuaskan. Menurut **Herzberg** dalam bukunya *Komunikasi Bisnis dan Profesional* yang termasuk jenis daya penggerak adalah sebagai berikut:

- 1. Penghargaan**
- 2. Kondisi kerja**
- 3. Pekerjaan menarik (1968:52)**

Penjelasan dari jenis kebutuhan non material tersebut adalah:

1. Penghargaan adalah bentuk perhatian lebih yang diberikan oleh pimpinan kepada karyawannya yang telah berprestasi dalam bekerja, mengabdikan kepada perusahaan, melakukan pekerjaan dengan baik dan disiplin dalam bekerja.
2. Kondisi kerja adalah salah satu untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, yaitu apabila pimpinan memberikan kondisi kerja yang baik, dalam hal ini pimpinan memberikan fasilitas dan sarana kerja yang baik, motivasi kerja pegawai dalam bekerja pun akan meningkat.
3. Pekerjaan menarik adalah pekerjaan yang menggunakan imajinasi, inovasi yaitu terobosan-terobosan baru dan penuh kreativitas.

Kebutuhan material maupun non material apabila diberikan dan dijalankan dengan baik oleh pimpinan dalam upaya untuk menjalankan organisasinya, maka akan meningkatkan motivasi kerja para karyawan dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaannya dengan baik sesuai dengan yang dituju atau direncanakan.

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa motivasi adalah faktor penting bagi kinerja individual maupun divisi, khususnya dilakukan Koperasi Kredit Sejahtera yang tergantung oleh banyak faktor, beberapa diantaranya adalah faktor psikologi dan faktor lingkungan. Seorang pemimpin harus bisa mengusahakan agar perusahaan berjalan secara efektif dengan mengupayakan karyawannya agar bekerja secara efektif dan menghasilkan hasil-hasil yang menguntungkan bagi perusahaan, dengan menstimulasi suatu reaksi para karyawan melalui tindakan-tindakan yang bersifat efektif, baik itu motivasi secara positif maupun negatif.

Hal ini dapat dilihat pada gambar 1.1 yaitu bagan kerangka pemikiran dan hubungan antara variabel, sebagai berikut:

Gambar 1

BAGAN KERANGKA PEMIKIRAN

