**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, gagasan) dari suatu pihak kepihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Komunikasi juga merupakan bagian dari hidup manusia yang tidak dapat terpisahkan. Karena komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia sehingga membuat para pakar ilmu pengetahuan meneliti mengenai komunikasi dan lingkupnya.

Komunikasi tidak hanya terjadi dalam kehidupan manusia secara perorangan, komunikasi sangat diperlukan dalam ruang lingkup yang lebih luas seperti dalam organisasi, publik maupun kelompok. Kolerasi antara komunikasi dan organisasi terletak pada peninjauannya yang berfokus pada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi.

Lajunya globalisasi membuat persaingan bisnis semakin pesat. Hal ini membuat berbagai perusahaan diwajibkan mampu bersaingan dan harus memiliki keunggulan-keunggulan yang kompetitif dan flaksibel dalam rangka untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Melihat dinamika tersebut, perusahaan memerlukan strategi-strategi yang tepat, dan salah satu cara yang dapat ditempuh adalah dengan membentuk sumberdaya manusia yang mampu bekerja secara bersama-sama, selain itu perusahaan penting memberikan kondisi lingkungan yang nyaman, sehingga dapat menciptakan sistem kerja yang solid dan memiliki semangat kerja yang tinggi, dimana pada akhirnya mampu membentuk sikap prilaku karyawan sesuai dengan tujuan dari perusahaan yang akan diperoleh.

Peran *public relations* sangat diperlukan dalam upaya untuk membina komunikasi baik internal maupun eksternal perusahaan. Seorang *public relations* mampu menjalankan perannya sebagai penyambung arus informasi dari para karyawan kepada pihak perusahaan, ataupun sebaliknya mampu bertindak sebagai mediator dari perusahaan dalam hal ini adalah pimpinan kepada karyawan sekaligus mampu mewujudkan dan mempertemukan apa yang menjadi visi misi, tujuan serta keinginan-keinginan dari pihak karyawan kepada perusahaan.

*Public relations* harus mampu berkomunikasi dengan karyawan secara baik dan tepat. Salah satu dari faktor keberhasilan suatu perusahaan adalah peran dari karyawan dalam meningkatkan dan melaksanakan visi misi serta tujuan dari perusahaan yang akan dicapai. Semakin bagus dan maksimal kinerja karyawan, akan memberikan dampak yang positif dari suatu perusahaan. Melihat hal itu, ada baiknya perusahaan harus mampu membangun sistem *relationship* yang baik dalam upaya untuk memelihara kinerja dan loyalitas karyawan.

Pelaksanaan *public relations* adalah untuk memberikan hubungan yang baik didalam suatu intansi. Salah satu dari bentuk hubungan dalam *public relations* yang mengatur hubungan antara perusahaan (pimpinan) dengan para karyawannya adalah *employee relations.* Hubungan kepegawaian (*employee relations*) dipengaruhui oleh hunbungan komunikasi internal antara karyawan dengan pimpinan perusahaan secara efektif. *Employee relations* dilakukan antara lain adalah untuk menciptakan bentuk hubungan atau komunikasi dua arah yang baik antara manajeman dengan para karyawannya dalam upaya membina kerjasama dan hubungan yang harmonis diantara keduanya. Dengan demikian, employee relations memiliki tujuan untuk mencapai saling pengertian, kerjasama serta loyalitas diantara pihak manajeman dengan para karyawannya.

Program *Employee relations* dalam komunikasi internal didalam perusahaan merupakan metode komunikasi yang memiliki kekuatan untuk mengelola sumber daya manusia demi mencapai tujuan perusahaan dan produktifitas kerja baik dilihat secara kuantitas maupun kualitas. Dalam meningkatkan produktifitas yang tinggi berkaitan dengan hasil motivasi dan prestasi pekerja yang bersedia berkerja dengan penuh semangat, memiliki disiplin yang baik serta memenuhi standar kerja yang efektif dan efisien dalam hal pengeluaran waktu, uang dan tenaga.

Motivasi merupakan salah satu dari upaya meningkatkan semangat kerja karyawan. Semangat kerja diperlukan dalam upaya meningkatkan produktifitas kerja sehingga para karyawan akan lebih giat mampu melaksanakan tugas-tugasnya secara maksimal. Pemberian motivasi ini sering dilakukan oleh manajeman kepada karyawannya sebagai bagian dari *employee relations* membangun hubungan yang baik antara dua pihak terkait.

Kegiatan *employee relations* bertujuan untuk mencapai lingkungan komunikasi yang dapat membantu mencapai tujuan perusahaan, meningkatkan saling keterbukaan dan hubungan yang baik antara pihak manajeman dan setiap karyawan. Suasana organisasi yang baik tentunya akan memberikan pengaruh terhadap prilaku dan partisipasi karyawan dalam perusahaan. Prilaku tersebut dapat berupa karyawan untuk melaksanakan pekerjaan secara efektif, mengikatkkan diri pada perusahaan,bersikap jujur dalam bekerja serta mendukung para rekan sekerja lainnya.

Mempertahankan semangat kerja serta loyalitas karyawan, manajeman dalam hal ini adalah pimpinan, dapat menjalankan pendekatan melalui komunikasi yang baik serta efektif serta mampu merumuskan kebijakan dan mengevaluasi mengenai keefektifitasan kebijakan berkaitan dengan program yang diberikan. *Public relations* yang baik memerlukan pemikiran dan perencanaan yang cermat. Kerjasama sangat dibutuhkan dalam meningkatkan hubungan yang harmonis antara manajeman dan perusahaan dengan menerima masukan-masukan yang baik dari karyawan ke atasan demi menciptakan suasana kerja yang baik serta nyaman bagi pihak-pihak terkait.

Pimpinan harus bisa berkomunikasi langsung dengan para karyawan dan mengadakan kontak pribadi, melihat adanya perbedaan status dan kedudukan pada masing-masing individu. Komunikasi yang berlangsung bisa berupa pemberian intruksi kerja, tugas, serta penyampai informasi dari pihak pimpinan. Sebaliknya komunikasi dari karyawan berupa memberikan laporan hasil kerja dan pemberian saran kepada perusahaan.

Perencanaan akan kinerja karyawan dinilai sangat penting sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Perencanaan yang baik dapat meningkatkan produktifitas karyawan untuk melaksanakn tugas-tugas yang diberikan dari atasannya untuk bagaimana melaksanakan pekerjaan tersebut secara maksimal dan efektif, sehingga penyelesaian pekerjaan tepat waku dengan hasil kerja yang baik dilihat dari kuantitas dan kualitas pekerjaannya.

Komunikasi yang sering digunakan di *Nike Factory Store* adalah komunikasi dua arah antara atasan ke bawahan begitu sebaliknya komunikasi dari bawahan ke atasan. *Nike Factory Store* merupakan cabang perusahaan dari PT. Altofit Indonesia Berkat sebagai *resiller* dari produk *Nike.Inc*. Dalam melakukan *employee relations* dengan menciptakan hubungan yang baik serta lingkungan kerja yang sehat dan meningkatkan produktifitas karyawan, komunikasi antara manajerial *store* dengan karyawannya bertujuan untuk menginformasikan segala bentuk kegiatan dan kebijakan sehingga dapat diketahui oleh semua karyawan dalam upaya untuk meningkatkan kinerja karyawan.

Berdasarkan penjajakan yang dilakukan di *Nike Factory Store*, terdapat masalah yaitu produktifitas kerja yang kurang, terlihat dari :

1. Kurangnya keterbukaan dalam suatu masalah ketika karyawan melakukan kesalahkan dalam bekerja, sehingga seringkali manajeman mendapatkan hasil yang tidak sesuai denga laporan kegiatan.
2. Penyelesaian yang tidak tepat waktu sehingga menurunkan tingkat kedisiplinan karyawan akan etos kerja yang ada. Sehingga jika dilihat dalam menyelesaikan pekerjaan, pekerja dalam keadaan kurang serius dan tidak mendapatkan hasil yang maksimal.

Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya :

1. Kreativitas pimpinan yang kurang dalam mengarahkan karyawan untuk meningkatkan produktivitas. Pimpinan dirasa kurang memberikan pengetian pada seluruh karyawan agar bersifat terbuka dalam berkomunikasi dalam hal permasalahan yang ada di dalam perusahaan.
2. Motivasi serta perhatian yang kurang dalam mendorong karyawan untuk berkerja lebih maksimal. Kurangnya perhatian pimpinan terhadap permasalahan yang dihadapi karyawan mengenai perusahaan, membuat komunikasi yang dilakukan dari karyawan ke pimpinan menjadi kurang efektif.

Berdasarkan latarbelakang tersebut, maka peneliti akan mengadakan penelitian yang hasilnya diwujudkan dalam bentuk skripsi yang berjudul : **”FUNGSI *EMPLOYEE RELATIONS* DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS KERJA DI *NIKE FACTORY STORE* BANDUNG”.**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut maka peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana fungsi *employee relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja *Nike Factory Store* Bandung.
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi penghambat fungsi *employee relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja *Nike Factory Store* Bandung.
3. Usaha-usaha apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan fungsi *employee relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja *Nike Factory Store* Bandung.
	1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini selain untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penyusunan laporan skripsi sebagai syarat kelulusan ujian siding sarjana strata satu konsentrasi humas, jurusan ilmu komunikasi, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Pasundan Bandung adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fungsi *employee relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja *Nike Factory Store* Bandung.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi penghambat fungsi *employee relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja *Nike Factory Store* Bandung.
3. Untuk mengetahui usaha-usaha yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan fungsi *employee relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja *Nike Factory Store* Bandung.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

* + 1. **Kegunaan Teoritis**
1. Hasil penelitian ini sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai kajian *public relations* dalam ruang *lingkum internal*.
2. Hasil penelitian ini dapat melengkapi kelengkapan perpustakaan alam bidang disiplin ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan Humas yang berhubungan dengan *employee relations.*
3. Melatih peneliti dalam menganalisis permasalahan dan mencari pemecahan permasalahan tersebut.
	* 1. **Kegunaan Praktis**
4. Penelitian ini dapat menambah wawasan pengerahuan yang bermanfaat terutama dalam bidang komunikasi dan humas terutama mengenai pengaruh *employee relations* dalam meningkatkan produktivitas kerja.
5. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai komunikasi yang dilakukan di dalam perusahaan *Nike Factory Store* Bandung.
6. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan *Nike Factory Store* Bandung dalam meningkatkan kinerja karyawan.
	1. **Kerangka Pemikiran**

 Sebagai landasan untuk mencali solusi dari permasalahan yang telah dikemukakan peneiti memerlukan kerangka pemikitan yang berupa teori atau pendapat para pakar komunikasi, yaitu teori yang berhubungan langsung dengan penelitian yang sedang dilaukan peneliti.

 Dalam meakukan penelitian, peneliti menggunakan teori ***Human Relations*** atau disebut juga **Teori Hubungan Manusia** oleh **Elton Mayo.** Asumsi dari teori ini adalah pengaruh komunikasi manusia terhadap interaksi atau tingkah laku anggota organisasi terhadap kinerja, dan pengaruh positif, serta adanya norma-norma sosial bagi anggota organisasi **(Muhammad,2005:43)** Adapun teori ***Human Relations*** juga disampaikan dalam **Kossen, (1986:6)** yaitu**:**

**Perilaku manusia dan antar hubungannya dalam organisasi dengan tujuan menggabungkan kebutuhan-kebutuhan dan sarana-sarana pribadi dengan kebutuhan-kebutuhan dan sarana-sarana organisasi secara menyeluruh.**

Dari asumsi dasar di atas dapat dilihat bahwa teori hubungan manusia memayungi komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi, yang dapat menghubungkan aspek-aspek individu didalamnya. Dapat juga ditarik kesimpulan bahwa komunikasi merupakan salah satu unsur penting yang menandai kehidupan didalam suatu organisasi. Komunikasi dapat digunakan untuk mengubah, mempertahankan, dan meningkatkan kemajuan perusahaan. Tujuan yang hendak dicapai, strategi yang hendak dijalankan, kegiatan yang harus dilaksanakan, kesemuanya ini memerlukan hubungan baik antar individu dalam satuan kerja.

Karyawan (pekerja) dalam sebuah perusahaan atau instansi merupakan asset sangat penting. *Employee relations* diharapkan menimbulkan hasil yang positif. Menurut **Ruslan** dalam buku **Manajeman *Public Relations* dan Media Komunikasi** bahwa :

**Karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pihak pimpinan perusahaan, sehingga dapat menciptakan rasa memiliki (*sense of belonging*), motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin (2005:267).**

Menurut **Ruslan** dalam bukunya **Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi** dimensi *Employee Relations* yaitu :

1. **Motivasi**
2. **Kreatifitas**
3. **Prestasi Kerja (2005:267)**

Hubungan karyawan mengusahakan dengan berbagai macam usaha dan program-program untuk mencapai understanding, kepercayaan, saling membutuhkan dan bekerja sama antara kedua belah pihak. Karena karyawan atau pekerja merupakan aset yang penting dalam organisasi/instansi.

Diperlukan adanya *Employee Relations* dalam suatu organisasi karena setiap karyawan memiliki latarbelakang yang berbeda. Misalnya dilihat pada tingkat kemampuan, pengalaman, pendidikan, gaji, usia, dan lain-lainnya.

Menurut **Sedarmayanti** dalam bukunya **Produktivitas Kerja** menyebutkan bahwa:

**Produktivitas kerja menunjukan bahwa individu merupakan perbandingan dari efektivitas keluaran (pencapaian untuk kerja maksimal) dengan efisiensi salah satu masukan (tenaga kerja) yang mencakup kuantitas, kualitas dalam waktu tertentu. (2003:300)**

Produktivitas tenaga kerja adalah salah satu ukuran perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sumber daya manusia merupakan elemen yang paling strategik dalam organisasi, harus diakui dan diterima oleh manajemen.

Dimensi dari kinerja diungkapkan oleh **Mitchdel** yang dikutip oleh **Sedarmaynti** dalam bukunya **Produktivitas Kerja**, bahwa kinerja meliputi beberapa aspek antara lain :

1. **Kualitas kerja**
2. **Ketepatan Waktu**
3. **Kemampuan (2003:355)**

Kualitas pekerja sangat ditentukan oleh suatu kemampuan dari para pegawai dalam menyelesaikan tugas yang diberikan sesuai dengan hasil yang diharapkan, sementara kuantitas disadarkan pada suatu jumlah tugas yang mampu akan diselesaika sehingga pencapaian target dari penyelesaian suatu tugas yang diberikan. Kedisiplinan merupakan suatu indicator dari terfungsinya dimensi ketepatan waktu begitu pula dengan suatu pemanfaatan waktu yang efektif adanya batasan penyelesaian tugas dan pemberian sanksi atas sebuah keterlambatan.

**Gambar 1.1**

**Bagan Kerangka Pemikiran**

Rumusan Masalah

“Bagaimana Fungsi *Employee Relations* Dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja Di *Nike Factory Store* Bandung”

**TEORI HUBUNGAN MANUSIA**

**(Elton Mayo dalam Muhammad 2002:39)**

1. Kualitas Kerja
2. Adanya ketelitian
3. Adanya peningkatan hasil kerja
4. Ketepatan waktu
5. Penggunaan waktu yang efisien & efektif
6. Sesuai tidaknya dengan standar waktu
7. Kemampuan
8. Mempunyai rencana & merealisasikan tujuan
9. Kemampuan mengerjakan pekerjaan dengan baik

**(Sudarmayanti. 2005 : 51)**

1. Motivasi
2. Penghargaan
3. Perhatian
4. Kreativitas
5. Loyalitas
6. Produktivitas
7. Prestasi Kerja
8. Profesionalisme
9. Bonus
10. Fasilitas

**(Ruslan. 2005:267)**

Variabel X

Employee Relations

Sub Variabel:

1. Motivasi
2. Kreativitas
3. Prestasi Kerja

Variabel Y

Produktivitas Kerja

Sub Variabel

1. Kualitas kerja
2. Ketepatan waktu
3. kemampuan