**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Konteks Penenlitian**

 Globalisasi telah memicu dinamika lingkungan hidup sosial saat ini. Perkembangan globalisasi yang begitu pesat telah menciptakan paradigma-paradigma baru disamping kemajuan teknologi yang telah mendorong terjadinya perubahan-perubahan secara cepat. Salah satunya yang paling menonjol adalah untuk kemudahan berkomunikasi yang semakin tidak terbatas ruang dan waktu yang pada akhirnya menggiring manusia kepada suatu era baru yang dinamakan era informasi dan komunikasi. Ini merupakan desakan dan tuntutan, mengingat manusia tidak mungkin mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan tanpa adanya proses komunikasi. Sehingga komunikasi ini menjadi suatu kebutuhan vital mempengaruhi keberlangsungan hidup manusia sebagai makhluk sosial.

Manusia sebagai mahluk sosial di dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lainnya, maka adanya komunikasi yang baik didalam suatu kelompok organisasi dapat berjalan dengan lancar. Lepas dari komunikasi secara umum komunikasi memberikan proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang atau diantara dua orang atau lebih dengan sebuah tujuan tertentu.

Manusia sebagai mahluk sosial di dalam kehidupannya harus berkomunikasi, artinya memerlukan orang lain dan membutuhkan kelompok atau masyarakat untuk saling berinteraksi. Dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lainnya, maka adanya komunikasi yang baik didalam suatu kelompok organisasi dapat berjalan dengan lancar. Lepas dari komunikasi secara umum komunikasi memberikan proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang atau diantara dua orang atau lebih dengan sebuah tujuan tertentu.

Didalam komunikasi terdapat beberapa macam komunikasi seperti komunikasi organisasi, komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Dalam suatu organisasi terdapat beberapa arus komunikasi yang berlangsung dalam komunikasi organisasi, yaitu arus komunikasi vertikal yang terdiri dari atas kebawah (*downward communication*) dan arus komunikasi dari bawah ke atas (*upward communication*) serta arus komunikasi yang berlangsung antara dan diantara bagian dalam tingkatan yang sama. Arus komunikasi ini dikenal dengan nama komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal, komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya. Komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan sebagaimana dalam komunikasi vertikal, tetapi tidak juga menunjukkan keakraban sebagaimana dalam komunikasihorizontal. Dilain hal komunikasi diagonal kadang terjadi menyimpang dari jalur prosedur birokrasi, misal seorang pegawai suatu unit mengeluhkan masalah pekerjaan kepada kepala unit lain.

Sebuah organisasi dapat terbentuk karena dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat. Organisasi yang dianggap baik adalah organisasi yang dapat diakui keberadaannya oleh masyarakat disekitarnya, karena memberikan kontribusi seperti; pengambilan sumber daya manusia dalam masyarakat sebagai anggota-anggotanya.

Di dalam sebuah perusahaan atau organisasi terdapat adanya seorang pimpinan yang selalu melakukan komunikasi dengan karyawannya. Setiap pimpinan perusahaan mempunyai gaya kepemimpinan yang berbeda-beda dalam hal menyampaikan pesan atau sebuah berita kepada para karyawannya. Gaya kepemimpinan seseorang berdasarkan pada beberapa asumsi mengenai manusia dan apa yang memotivasi mereka.

Kemajuan organisasi dalam suatu perusahaan yang berhubungan dengan kegiatan*Public Relations* merupakan salah satu penunjang keberhasilan dari suatu organisasi atauperusahaan. Hal ini ditekankan pada seluruh anggota perusahaan yaitu karyawan, stafdan atasan sebuah peruasahaan atau organisasi. Dalam perusahaan karyawan sangatdiperlukan dalam memajukan perusahaan dan karyawan juga sangat dibutuhkan olehperusahaan atau organisasi.

Secara internal hubungan antara karyawan sangat penting dan harus dibangundengan baik yakni hubungan antara karyawan dengan perusahaan dan sudah sewajibnyaperusahaan memberikan perhatian yang baik untuk mereka demi meningkatkanproduktivitas kerjanya yang didukung oleh kegiatan internal *Public Relation.*

Target kegiatan *Public Relations* dalam konteks ini adalah menjaga suasanadiantara para karyawan di dalam badan atau perusahaan. Bagaimana menciptakankomunikasi efektif, keserasian hubungan antara pimpinan dan bawahan, baik secarahorisontal maupun vertikal, sehingga dapat memperkuat tim kerja perusahaan.Tujuan dari internal *Public Relations* tersebut bisa terealisasikan jika pimpinan memperhatikan kepentingan-kepentingan karyawan dengan mengadakan komunikasiteratur dan tepat guna dalam perusahaan, mempertinggi kecakapan dan pengetahuan

SDM perusahaan, memberikan hiburan dan kesempatan bersantai bagi pegawai,meningkatkan kebersihan, ketertiban, serta keindahan perusahaan dan lingkungannya,mengintegrasikan keluarga pegawai ke dalam kehidupan perusahaan, memeliharakesejahteraan pegawai atas usaha sendiri.Dalam hal ini tugas seorang *Public Relations* bertujuan untuk menyelenggarakan komunikasi yang *persuasive* dan *informative* yangdapat dilaksanakan dengan secara:

1. Tertulis yaitu menggunakan surat-surat, majalah*, bulletin*, brosur.
2. Lisan, yaitu dengan mengadakan *briefing*, rapat-rapat, diskusi, ceramah dansebagainya.
3. Conselling, yaitu dengan menyediakan beberapa anggota staf yang telah

mendapatkan latihan atau pendidikan untuk memberikan nasehat-nasehat kepadakaryawan, turut memecahkan masalah-masalah pribadi mereka ataumendiskusikannya bersama-sama)

Kegiatan *Internal Public Relations* merupakan kegiatan yang ditujukan untukpublik internal organisasi atau perusahaan. Publik internal adalah keseluruhan elemenyang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan, seperti karyawan,manajer, supervisor, pemegang saham, dewan direksi perusahaan dan sebagainya.Melalui kegiatan *Internal Public Relations* diharapkan dapat memenuhikebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi atau perusahaan. Denganhubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akantercipta iklim kerja yang baik. Dengan begitu kegiatanoperasional perusahaan akan berjalan dengan lancar.

Pada dasarnya kegiatan internal *Public Relation*s dalam sebuah perusahaan selalu dapat ditemukan, begitupun dengan budaya perusahaan itu sendiri selalu ada pada setiap perusahaan sebagai pengikat atau pengatur karyawan dalam bekerja dan bersikap.Dalam sebuah perusahaan atau organisasi dituntut untuk mengatur karyawan baik itu staf, karyawan maupun atasan. Untuk itu budaya perusahaan dalam organisasi harusditerapkan yang mencakup budaya kerja yang dapat merubah tingkah laku karyawan danjuga dapat memotivasi karyawan.Budaya perusahaan sangat diperlukan dalam suatu perusahaan atau organisasi,salah satunya di CV. Cipta Prima Nusa di Padalarang Jawa Barat yang menerapkan budaya perusahaansebagai budaya kerja. Dalam perusahaan yang paling berperan untuk menerapkanbudaya perusahaan adalah seluruh karyawan*.* Terutama peran seorang *Public Relations*secara internal harus dapat masuk kedalam pemikiran karyawan dan pimpinan, jelasnya*Public Relations* harus dapat menjalin hubungan hubungan yang baik dengan karyawanmaupun atasan yang dapat membuat kenyamanan karyawan dalam bekerja. Untuk menciptakan suatu budaya kerja yang baik dan juga nyaman, manajer harus dapat menguasai semua permasalahan yang ada dalam internal perusahaannya, bukan hanya permasalahan yang ada di eksternalnya saja, tetapi seorang direktur harus dapat menguasai semuanya. Seorang manajer sekalipun di tuntut untuk berkomunikasi dengan baik antara sesama manajer lainnya yang setingkat ataupun antara pegawai bawahannya yang memang beda tingkatan.

CV. Cipta Prima Nusa, merupakan perusahaan yang bergerak dalam pengadaan barang laboratorium yang memang diperuntukan kepada instansi, lembaga seperti kampus, dan juga perusahaan yang bergerak di bidang *manufacturing.* Maka dari itu direktur CV. Cipta Prima Nusa atau disingkat CPN, dituntut dalam permasalahan yang kompleks maupun tidak kompleks yang seperti :

1. Permasalahan *miss communications* antara sesama pegawai ataupun pegawai lainnya yang beda tingkatan yang biasa terjadi dalam perusahaan berkembang seperti CV. Cipta Prima Nusa.
2. Permasalahan berikutnya yang ditemukan adalah dimana *miss communications* tersebut tidak di atasai dengan baik, akan berkembang lebih menjadi masalah yang besar. Mungkin akan berkembang dan merembet ke eksternal perusahaan.

Maka dari itu peneliti tertarik akan membahas mengenai guru dan anak tunarungu dalam penyampaian ilmunya dengan menggunakan pola komunikasi yang seperti apa dengan judul **”POLA KOMUNIKASI MANAJER DENGAN PEGAWAI DI CV. CIPTA PRIMA NUSA PADALARANG”.** Dengan Sub judul **“Studi Kualitatif Pola Komunikasi Organisasi Manajer Dengan Pegawai Di CV. Cipta Prima Nusa Padalarang Jawa Barat”.**

1. **Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Fokus dan pertanyaan penelitian berisi pernyataan tentang gejala atau fenomena yang akan diteliti yang kemudian dilanjutkan dengan pertanyaan penelitian yang menguraikan secara spesifik gejala atau fenomena nya.

1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti memfokuskan penelitiannya yakni : “Bagaimana pola komunikasi yang terjadi di CV. Cipta Prima Nusa antara manajer dengan pegawainnya?”

1. **Pertanyaan Penelitian**
2. Bagaimana Prilaku Pimpinan Dengan Karyawan yang Terjadi Di CV. Cipta Prima Nusa ?
3. Bagaimana Pemikiran Pimpinan Dengan Karyawan yang Terjadi Di CV. Cipta Prima Nusa ?
4. Bagaimana Hubungan Pimpinan Dengan Karyawan yang Terjadi Di CV. Cipta Prima Nusa Padalarang Jawa Barat ?
5. **Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Tujuan dan kegunaan penelitian berisi uraian tentang tujuan dan kegunaan/manfaat dari penelitian yang akan dihasilkan.

1. **Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini juga terdapat tujuan penelitian, yang mana tujuan penelitian adalah rumusan kalimat yang menunjukan adanya suatu hal yang di peroleh setelah penelitian selesai. Berdasarkan pokok permasalahan yang di kemukakan diatas, maka tujuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah :

1. Untuk Mengetahui Prilaku Pimpinan Dengan Karyawan yang Terjadi Di CV. Cipta Prima Nusa ?
2. Untuk Mengetahui Pemikiran Pimpinan Dengan Karyawan yang Terjadi Di CV. Cipta Prima Nusa ?
3. Untuk Mengetahui Hubungan Pimpinan Dengan Karyawan yang Terjadi Di CV. Cipta Prima Nusa Padalarang Jawa Barat ?
4. **Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu berkaitan dengan judul penelitian, kegunaan ini terbagi menjadi dua bagian yaitu kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang secara umum diharapkan mampu mendatangkan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

1. **Kegunaan Akademis**

Secara akademis dan ilmiah skripsi ini dapat dijadikan dan digunakan sebagai bahan pengetahuan terutama dalam bidang komunikasi. Penelitian ini juga di harapkan agar dapat menjadi sumber informasi tentang pola komunikasi antara manajer atau atasan dengan pegawainnya seperti apa dan bagaimana cara mengatasi masalah yang terjadi bila ada permasalahan yang serius.

1. **Kegunaan Praktis**

Secara praktis skripsi ini diharapkan dapat menambah wawasan dan membuka pemikiran baru khusus bagi peneliti dalam rangka mengetahui langkah dan respon positif bagi penyandang tunarungu, yang berbeda dengan manusia normal pada umumnya dalam hal pendengaran. Umumnya bagi orang-orang yang tertarik dengan penelitian pola komunikasi penyandang tuna rungu serta dapat memberikan gambaran bagi pembaca, dan menambah khazanah pengetahuan tentang komunikasi dan bentuk komunikasi lainnya.