**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia dalam menjalani kehidupannya. Kegiatan komunikasi ini berlangsung dari hari ke hari, dari waktu ke waktu, selama manusia hidup dan melakukan aktivitasnya. Komunikasi menjadi salah satu kebutuhan dasar individu dalam berinteraksi di dalam kelompoknya. Tujuan komunikasi bukan hanya informatif atau sebagai cara penyampaian pesan tapi juga menjadi salah satu bentuk dalam menjalin hubungan, baik individual, dalam kelompok ataupun organisasi.

*Public Relation* merupakan salah satu elemen penting dalam suatu perusahaan yang akan turut mendukung kehidupan perusahaan. Peran *Public Relation* dalam sebuah perusahaan berfungsi untuk menjembatani sebuah kepentingan, baik kepentingan perusahaan dengan *public* (*eksternal*), maupun antara perusahaan dengan para karyawan (*internal*). Proses *Public Relations* bersifat *siklis*, artinya prosesnya berjalan terus selama organisasi itu ada. Program *Public Relations* tidak berhenti begitu tujuan program tersebut diselesaikan.

Fungsi *Public Relation* memiliki berbagai macam bentuk hubungan yang dapat dilakukan, diantara yang umum dilakukan adalah: *Community Relation, Goverment Relation, Consumer Relation, Investor Relation, Media Relation* dan *Employee Relation*. Semua bentuk hubungan-hubungan tersebut

diatur oleh *Public Relation,* dengan tujuan untuk mencapai pengertian publik (*Public Understanding*), kepercayaan publik (*Public Confidence*), dukungan publik (*Public Support*) dan kerjasama publik (*Public Cooperating*).

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*). Arus komunikasi yang berlangsung antara dan diantara bagian dalam tingkatan yang sama dikenal dengan nama komunikasi horizontal. Komunikasi diagonal, komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya.

Perusahaan membutuhkan kerjasama yang baik antara pimpinan dan juga karyawannya. Komunikasi vertikal disini mempunyai peran yang penting untuk menciptakan hubungan yang baik antara atasan dengan karyawan, maupun sebaliknya, guna menumbuhkan iklim organisasi yang baik dalam perusahaan. Komunikasi dalam sebuah perusahaan merupakan bentuk interaksi pertukaran pesan antara atasan dengan para karyawan. Bentuk komunikasi atasan kepada karyawan berupa penyampaian informasi atau instruksi, misalnya memberikan kebijakan-kebijakan perusahaan kepada para karyawan. Sedangkan bentuk komunikasi karyawan kepada atasan berupa hasil laporan kerja dan saran-saran kepada perusahaan menjadi sangat penting demi kemajuan perusahaan.

Iklim organisasi yang baik atau suasana kerja yang kondusif akan terlaksana dengan adanya seorang atasan yang dapat mengayomi setiap karyawannya dalam suatu kesatuan kerja. Seorang atasan harus memiliki pendekatan secara keilmuan (*science*) dan pendekatan secara seni (*art*) kepada karyawannya, jika hanya salah satu pendekatan yang digunakan maka kinerja karyawan tidak akan bertahan. Dengan dilakukannya komunikasi vertikal maka terjadi komunikasi timbal balik antara atasan dengan bawahan maupun sebalikya yang dapat menumbuhkan rasa kesatuan serta dapat meningkatkan saling pengertian dan menunjukan semangat dilingkungan kerja.

Kontribusi dari komunikasi vertikal dapat menumbuhkan kinerja karyawan, sehingga komunikasi vertikal dan kinerja karyawan menjadi suatu keterkaitan dalam menunjang terlaksananya seluruh kegiatan dan suasana kerja yang kondusif dalam perusahaan. Hal ini merupakan kewajiban bagi peusahaan untuk terus mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan antara fungsi komunikasi vertikal dan kinerja karyawan.

Karyawan merupakan suatu aset yang penting dan komponen vital bagi perusahaan, karena karyawan menjadi pelaksana utama aktivitas manajerial dan operasional dalam sebuah perusahaan. Elemen lain di perusahaan, seperti uang, mesin, dan modal lainnya, tidak akan bisa berjalan dengan baik tanpa adanya campur tangan dari sumberdaya manusia yaitu karyawan. Oleh karena itu, karyawan di perusahaan menjadi faktor penting bagi perusahaan agar aktivitas di perusahaan bisa berjalan secara efisien dan efektif, sehingga perusahaan akan mampu mencapai tujuannya. Keterkaitan atau hubungan antara karyawan dan manajemen ini mampu menghasilkan suatu output, yaitu kualitas kerja karyawan yang baik dan tentunya akan menjadikan perusahaan lebih maju dan bekembang dengan baik.

Pos Indonesia merupakan sebuah badan usaha milik negara (BUMN) Indonesia yang bergerak di bidang layanan pos. Badan usaha ini keberadaanya tidak lepas dari peranan atasan dan juga karyawan yang saling berubungan dan berinteraksi di setiap organisasi atau perusahaan. Komunikasi vertikal disini merupakan suatu proses peningkatan kinerja karyawan. Kurang efektifnya komunikasi vertikal dalam perusahaan berakibat merosotnya etos kerja karyawan atau atasannya.

Kinerja karyawan di divisi komunikasi korporat PT Pos Indonesia (PERSERO) Bandung merupakan hal yang sangat personal, yang paling dapat merasakan hanyalah karyawan itu sendiri dan sifatnya tidak selalu sama antara pegawai satu dengan yang lainnya. Faktor yang mempengaruhi hal tersebut adalah motivasi kerja dan kemampuan kerja karyawan yang berbeda-beda. Maka dari itu kinerja perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena kinerja merupakan kriteria untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas manajerial dan operasional dalam sebuah perusahaan.

Berdasarkan penjajakan yang peneliti lakukan di divisi komunikasi korporat PT Pos Indonesia (PERSERO) Bandung, terdapat beberapa masalah yaitu:

1. Kurangnya motivasi kerja karyawan, hal ini berpengaruh pada hasil kinerja.

Contoh: kurangnya semangat kerja dari para karyawan, karyawan terlihat kurang bergairah dan lemas pada saat jam-jam kantor.

1. *Skill* karyawan yang berbeda-beda.

Contoh: kurang maksimalnya hasil kerja karyawan, banyaknya koreksi yang diberikan oleh atasan.

Permasalahan di atas diduga disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Opini atau pendapat karyawan jarang di dengar oleh atasan pada saat rapat, sehingga karyawan kurang aktif dan kurang bersemangat dalam mengambil langkah yang beresiko untuk perusahaan.

Contoh: adanya manajemen yang harus diubah tapi atasan tetap mempertahankan dan menanggapi dengan kurang baik karyawan yang mempunyai pendapat untuk perusahaan tersebut.

1. Hasil laporan kerja karyawan yang diberikan karyawan kepada atasan kurang maksimal.

Contoh: atasan hanya memberikan koreksi dan jarang memberikan masukan terhadap hasil kerja karyawan, sehingga karyawan kurang memacu kemampuan dan menghasilkan hasil dan laporan kerja yang maksimal.

Berdasarkan latar belakang di atas masalah di atas, maka peneliti berusaha mengangkat permasalahan ini dengan judul “**Fungsi Komunikasi Vertikal dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan di Divisi Komunikasi Korporat PT Pos Indonesia (PERSERO)** **Bandung”.**

* 1. **Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah dalam penelitian ini di uraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana fungsi komunikasi vertikal dalam meningkatkan kinerja karyawan di divisi komunikasi korporat PT Pos Indonesia (PERSERO) Bandung?
2. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi dalam pelaksanaan komunikasi vertikal dalam meningkatkan kinerja karyawan di divisi komunikasi korporat PT Pos Indonesia (PERSERO) Bandung?
3. Upaya-upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan pelaksanaan komunikasi verikal dalam meningkatkan kinerja karyawan di divisi komunikasi korporat PT Pos Indonesia (PERSERO) Bandung?

1. **Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui data dan informasi mengenai fungsi komunikasi vertikal dalam meningkatkan kinerja karyawan di divisi komunikasi korporat PT Pos Indonesia (PERSERO) Bandung.
2. Mengetahui hambatan-hambatan yang dihadapi dari pelaksanaan fungsi komunikasi vertikal dalam meningkatkan kinerja karyawan di divisi komunikasi korporat PT Pos Indonesia (PERSERO) Bandung.
3. Mengetahui upaya-upaya dalam mengatasi hambatan-hambatan yang dihadapi komunikasi vertikal dalam meningkatkan kinerja karyawan di divisi komunikasi korporat PT Pos Indonesia (PERSERO) Bandung.

**1.4 Kegunaan Penelitian**

Dengan Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pada umumnnya dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Hubungan Masyarakat (HUMAS) Khususnya. Maka dari itu kegunaan secara umum dapat dibedakan menjadi:

* + 1. **Kegunaan Teoritis**

1. Penelitian Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pada kajian Ilmu Komunikasi Sebagai pengembangan Ilmu komunikasi khususnya mengenai bidang kajian Hubungan Masyarakat.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kelengkapan kepustakaan dalam bidang disiplin ilmu komunikasi khususnya yang berhubungan dengan hubungan masyarakat, serta dapat dijadikan bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan dengan masalah yang diteliti.
   * 1. **Kegunaan Praktis**
3. Penelitian ini dapat memberikan dan menambah wawasan, pengetahuan dalam bidang Hubungan Masyarakat sebagai bahan perbandingan antara teori serta penerapan pada perusahaan yang bersangkutan.
4. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan sumbangan pemikiran perusahaan.