

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia yang merupakan hal yang akan pernah lepas dari keseharian apalagi dalam keseharian yang digunakan untuk menyamakan persepsi antar sesama manusia. Dengan berkomunikasi manusia saling berhubungan satu sama lain baik dalam keseharian di lingkungan kerja, keluarga atau pergaulan. Pentingnya komunikasi tidak dapat dipungkiri begitu juga di dalam organisasi, dengan komunikasi organisasi bisa berjalan dengan baik dan juga sebaliknya apabila komunikasi tidak dapat berjalan dengan baik bisa terjadi gangguan yang tentu bisa menghambat kelancaran suatu organisasi.

Komunikasi merupakan salah satu cara membuka pikiran melangkah kemajuan, dimana informasi menjadi kebutuhan yang sangat mendasar dan sangat penting untuk berbagai tujuan, dimana komunikasi bisa menjadi tolak ukur bagi kesuksesan hal-hal yang dilaksanakan. Bukan hanya hal itu saja akan tetapi komunikasi juga menjadi pembuka jalan menuju kemajuan disegala bidang baik di kehidupan bermasyarakat ataupun berbangsa dan bernegara.

Komunikasi merupakan hal yang mutlak dilakukan oleh setiap individu dalam kehidupan, komunikasi menjadi hal yang terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman itu sendiri atau komunikasi yang merubah zaman.

Keberadaan komunikasi dalam kehidupan memang menjadi anugrah bagi kehidupan manusia, bagaimana tidak komunikasi menjadi hal yang mendasari berbagai perubahan di dunia ini, dengan komunikasi terciptanya peradaban yang besar, perubahan yang besar yang berangkat dari kebutuhan mutlak setiap individu itu sendiri, sehingga komunikasi menjadi hal yang unik hal yang hebat yang diamni sebagai anugerah yang begitu luar biasa yang setiap manusia bisa rasakan.

Komunikasi kini di pandang sebagai sarana yang memiliki peran penting untuk menunjang keberhasilan dalam berbagai bidang. Perkembangan dunia komunikasi sangat di perlukan dalam kelangsungan hidup manusia di berbagai hal, apalagi manusia sebagai mahluk sosial yang dimana komunikasi tidak dapat dilepaskan dalam kehidupan sehari-hari baik bersosialisasi antar individu maupun dalam organisasi.

Komunikasi sangat penting artinya bagi manusia, tanpa komunikasi tidak akan terjadi interaksi dan tidak akan jadi pertukaran pemikiran guna menyamakan persepsi yang menjadi dasar dari manusia berkomunikasi. Komunikasi merupakan faktor yang sangat mendasari suksesnya suatu program kegiatan dalam mencapai tujuan aktifitas manajemen organisasi. Dengan komunikasi yang efektif maka aktifitas dan program yang direncanakan bisa berjalan sesuai dengan perencanaan sehingga organisasi dan komunikasi menjadi hal yang tidak bisa terpisahkan. Aktifitas organisasi dalam perkembangannya sangat membutuhkan sumberdaya manusia yang berkompeten dalam hal berkomunikasi hal ini di karenakan orang yang berkompeten dalam komunikasi bisa menjadi fondasi yang kuat bagi sebuah

organisasi yang bisa berdampak positif sehingga tercapai tujuan dari organisasi tersebut. Dalam tugas dan fungsi seorang humas pada perusahaan yang bisa dikatakan sebagai orang yang berkompeten dalam bidang komunikasi harus bisa menjalin komunikasi yang baik dengan berbagai pihak, khususnya komunikasi internal yang baik dengan para karyawan agar karyawan dapat meningkatkan afektifitas kerjanya. Hal ini termasuk dengan tugas humas internal sebuah perusahaan yang dapat dilakukan dengan berbagai cara yang diantaranya dengan memberikan informasi tentang perusahaan atau kontak pribadi yang dimaksudkan untuk menjalin komunikasi internal yang lebih baik dan lebih dekat lagi.

Karyawan atau pekerja dalam suatu perusahaan merupakan aset yang sangat penting. Karyawan itu sendiri dalam prakteknya sangat terkait dengan status dan kedudukan antara satu dengan yang lainnya yang memiliki perbedaan dalam berbagai hal diantaranya dilihat pada tingkat kemampuannya, pengalaman, pendidikan, jabatan, gaji, usia, dan sebagainya.

Adanya perbedaan yang terjadi antar karyawan didalam suatu perusahaan, komunikasi yang dilakukan dari pimpinan ke bawahan menjadi sangat penting dimana dalam tujuan untuk meningkatkan loyalitas dan kinerja dalam organisasi perlu komunikasi yang tidak hanya sekedar penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan akan tetapi perlu juga proses penyampaian pesan yang lebih baik untuk suatu langkah mewujudkan komunikasi internal.

Komunikasi internal termasuk dalam komunikasi dari atasan ke bawahan, dimana pengertian atasan dan bawahan disini sebagai pimpinan dan karyawan yang saling berinteraksi, yang terjadi di sebuah organisasi. Komunikasi internal disini merupakan suatu proses peningkatan efektifitas kinerja karyawan, dalam kasus merosotnya etos kerja karyawan dan hal-hal yang negatif dalam pola interaksi di dalam perusahaan salah satu faktornya adalah komunikasi internal yang tidak efektif yang di jalankan perusahaan.

Humas sebagai penghubung antara pimpinan dan karyawan sangat berperan penting dalam proses ini yang dimana humas bisa mengambil kebijakan-kebijakan yang menyangkut komunikasi internal tersebut, seperti menyampaikan kebijakan-kebijakan yang internal selain komunikasi masa yang tetap harus dilakukan.

Grand textile adalah perusahaan dalam industri textile bahan kain untuk celana ini yang mengutamakan masalah pelayanan segala hal harus dilakukan dengan secara hati-hati, perusahaan ini tentu tidak terlepas dari peranan karyawan yang berusaha untuk memajukan perusahaan dan juga tetap menjaga citra perusahaan industri textile di mata masyarakat dan juga menciptakan hubungan yang harmonis antara pimpinan dan karyawan dalam lingkungan internal perusahaan.

PT. Grand Textile melakukan komunikasi internal dalam upaya meningkatkan loyalitas kerja karyawan dengan menciptakan hubungan dalam melakukan komunikasi antar pimpinan dan bawahan yang bertujuan menginformasikan segala bentuk kegiatan dan kebijakan sehingga dapat di

ketahui dan di pahami oleh karyawan dalam usaha meningkatkan efektifitas dan juga loyalitas karyawan.

Loyalitas adalah salah satu bentuk dukungan yang sangat kuat dan juga bentuk kesetiaan yang diberikan karyawan terhadap perusahaan yang bisa berupa dukungan kerja yang maksimal dan juga kreatifitas guna memajukan perusahaan atau mempertahankan perusahaan dari persaingan yang sangat ketat pada industri perhotelan. Untuk mendapatkan pencapaian yang baik tidak hanya dilihat dari hasil kerja keras dari karyawan tetapi berkaitan juga dengan hasil komunikasi yang efektif dan efisien. Loylitas yang berkesinambungan atau dalam jangka waktu yang panjang sehingga karyawan bisa memberikan sumbangsih yang sangat maksimal unuk perusahaan baik dari kemampuan kerja dan berbagai hal lainnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti pada Grand Textile menunjukan bahwa dalam pelaksanaan kerjanya, pada karyawan menghadapi masalah sebagai berikut:

1. Kurangnya rasa kebanggan karyawan terhadap perusahaan, hal ini terlihat dari karyawan yang sering menceritakan hal-hal yang negatif tentang perusahaan di luar perusahaan.

Contoh: Menceritakan tentang permasalahan perusahaan yang berkaitan dengan menejemen dan pemasalahan internal perusahaan berkaitan dengan pekerjaan di luar perusahaan.

2. Adanya persoalan mengenai kecemburuan sosial diantara karyawan yang hal ini juga telah sampai di meja HRD Perusahaan, dimana adanya perbedaan penghasilan antar karyawan dengan posisi yang sama.

Contoh: Laporan dari karyawan yang menanyakan adanya perbedaan penghasilan pada posisi jabatan yang sama yang sempat menimbulkan kecemburuan sosial

Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh:

1. Sistem kerja harian dan juga kurangnya komunikasi yang dibangun pihak perusahaan dengan karyawan.

Contoh: Masih banyaknya pekerja dengan sistem harian di perusahaan dan juga kurangnya kegiatan yang bisa menjalin komunikasi dan kedekatan di perusahaan.

2. Kurang transparannya pihak perusahaan menyangkut hal sensitif (penghasilan) ini menjadikan munculnya kecemburuan sosial di karyawan.

Contoh: Adanya protes yang menyangkut penghasilan kepada pihak perusahaan, hal ini peneliti ketahui dari hasil wawancara dengan pihak HRD perusahaan.

Bedasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian yang hasilnya diwujudkan dalam buku skripsi yang berjudul **“FUNGSI KOMUNIKASI INTERNAL DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS KARYAWAN DI PT. GRAND TEXTILE INDUSTRI”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang tertera, maka peneliti menfokuskan yang menjadi pokok permasalahan yang di teliti menjadi tiga poin sebagai berikut:

1. Bagaimana komunikasi pimpinan kepada karyawan dalam upaya meningkatkan loyalitas karyawan terhadap perusahaan Grand Textile
2. Bagaimana komunikasi karyawan kepada pimpinan Grand Textile.
3. Bagaimana komunikasi yang berlangsung antara sesama karyawan Grand Textile.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang dilakukannya penelitian ini adalah sebagai syarat ujian sidang Strata Satu (S1), Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, Bidang Hubungan Masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fungsi komunikasi internal dengan indikator komunikasi *downward communications* didalam perusahaan.
2. Untuk mengetahui komunikasi keatas *upward communications* dari karyawan ke pimpinan perusahaan.
3. Untuk mengetahui komunikasi *sideway communications* yakni komunikasi yang terjadi antar sesama karyawan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Berkaitan dengan tema penelitian, maka penelitian ini terbagi menjadi Kegunaan Teoritis dan Kegunaan Praktis, yang

secara umum diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian diharapkan bisa memberikan sumbangan pada kajian komunikasi sebagai pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya mengenai kajian Hubungan Masyarakat.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kelengkapan kepustakaan dalam disiplin Ilmu Komunikasi khususnya yang berhubungan dengan Hubungan Masyarakat.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dalam Ilmu Komunikasi khususnya Hubungan Masyarakat sebagai bahan perbandingan antara teori dan penerapan yang di lakukan pada perusahaan.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan masukan dan pemikiran bagi perusahaan.

1.5 Kerangka Pemikiran

Komunikasi adalah kebutuhan dasar manusia dalam proses memnyamakan persepsi, dengan komunikasi manusia dapat membagi apa yang sedang dirasakan dan diketahuinya. Sejak dimulainya peradaban manusia sampai dengan sekarang, dan terus berkembang dan semakin penting. Dimana dalam komunikasi terjadi interaksi dan terjadi proses penyesuaian diri manusia dengan lingkungan agar dapat menguasai keadaan.

Sebagai landasan untuk mencari solusi dan permasalahan yang telah dikemukakan peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para pakar komunikasi, yaitu teori yang berhubungan langsung dengan penelitian yang sedang dilakukan peneliti.

Dalam melakukan 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 di sampaikan 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 memanyungi 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.

Berbicara mengenai Komunikasi Internal berarti berbicara mengenai perpindahan informasi dari atasan ke bawahan, dari bawahan ke atasan, serta komunikasi sesama karyawan.

Ruslan dalam Buku **Menejemen Public Relations & Media Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)**, menyatakan bahwa:

Komunikasi internal adalah komunikasi yang dilaksanakan oleh masyarakat internal baik dari para karyawan kepada pihak perusahaan ataupun sebaliknya. (2003:256)

Ruslan mengatakan isi komunikasi internal biasanya dilakukan secara timbal balik melalui beberapa jalur, yaitu:

- 1. Komunikasi kebawah (*downward communications*), yaitu menyangkut dari pihak perusahaan kepada para karyawannya, misalnya berupa perintah pimpinan, intruksi dan informasi spesifikasi teknis suatu pekerjaan yang akan di berikan kepada bawahannya. Media yang dipergunakan dalam bentuk komunikasi lisan (perintah dan intruksi), dan tulisan (nota dinas, peraturan, surat edaran dan lain-lain).**

2. **Komunikasi ke atas (*upward communications*), yaitu komunikasi dari pihak karyawan kepada perusahaan. Misalnya bentuk pelaksanaan perintah berbentuk tulisan dan lisan, atau laporan hasil dari pekerjaan kepada pimpinan perusahaan.**
3. **Komunikasi yang sejajar (*sideways communications*), yaitu komunikasi yang berlangsung antar sesama karyawan. Misalnya informasi mengenai pekerjaan atau menyangkut pendidikan dan pelatihan lainnya, dapat juga mengenai kegiatan diluar pekerjaan (kedinasan) dalam bentuk olah raga, keagamaan, kekeluargaan dan aktifitas sosial. (2003:257)**

Berdasarkan uraian diatas dapat kita tarik kesimpulan bahwa dalam usaha mencapai tujuan perusahaan diperlukan adanya gairah dalam melaksanakan suatu pekerjaan, gairah dalam melaksanakan pekerjaan juga bisa menimbulkan loyalitas dalam bekerja atau loyalitas terhadap perusahaan, akan tetapi loyalitas seseorang terhadap pekerjaan atau perusahaan berbeda-beda dan ada tingkatan dalam menilai loyalitas seseorang, untuk mengetahui lebih lanjut apa yang dimaksud dengan loyalitas karyawan, berikut uraian definisi loyalitas menurut.

Syadam dalam buku **Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pendekatan Makro** menyatakan bahwa:

Loyalitas adalah dukungan yang diberikan oleh seorang peserta dalam perusahaan terhadap tindakan yang diharapkan untuk memastikan keberhasilan dan kelangsungan hidup. Walaupun tindakan-tindakan ini mungkin berlawanan dengan aspirasi peserta. (1996:415)

Selanjutnya **Syadam**, dalam buku **Manajemen Sumber Daya Manusia Suatu Pendekatan Makro**, menyebutkan beberapa indikator tentang loyalitas kerja, yaitu:

- 1. Mempunyai kepedulian yang tinggi terhadap perusahaan.**
- 2. Merasa memiliki terhadap perusahaan.**
- 3. Dapat mencegah terjadinya karyawan keluar dari perusahaan.**
- 4. Menjamin tetap terpeliharanya motivasi kerja.**
- 5. Dapat meningkatkan profesionalisme dan produktifitas kerja.**
- 6. Menjamin kesinambungan kinerja perusahaan.**
(1996:415)

Loyalitas seorang karyawan dapat dilihat dari indikator di atas, dimana seseorang tersebut bisa dikatakan loyal terhadap perusahaan apabila didalam dirinya sudah terdapat hal-hal diatas, yang apabila telah mencakup indikator-indikator diatas maka seseorang akan senantiasa peduli dan mencurahkan bakti kepada perusahaan dimana ia bekerja.

Dari Paparan diatas bisa diambil sebuah kesimpulan bahwa hubungan atau relasi yang di bangun dari tiga sisi komunikasi didalam perusahaan sangat menunjang terbentuknya loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

Gambar 1.1

